

Appeal dell'Arcipelago Toscano

Cosa raccontano le tracce digitali?



Relazione e dati

8 luglio 2021

Relazione e lettura dei dati

In questo documento si racconta il territorio dell'Arcipelago Toscano dal punto di vista delle **tracce digitali**, ovvero dal risultato delle migliaia di interazioni tra le persone che visitano, vivono il territorio e che, attraverso le diverse modalità offerte, si trasformano in recensioni, giudizi, commenti, post, ecc.

Il periodo di analisi comprende tutto il 2020, in benchmark con l'anno precedente 2019, lo strumento utilizzato per questa elaborazione è DATA APPEAL STUDIO

Il documento si articola in due macro output nei quali sono suddivisi i dati:

- **Domanda**
- **Offerta**

L'analisi è stata condotta su tutti i punti di interesse presenti nel territorio e in particolare:

- **437** operatori del settore **Ristorazione**
- **279** operatori del settore **Ospitalità**
- **124 attrazioni** presenti nel territorio



DATA APPEAL STUDIO

THE **DATA APPEAL** COMPANY



PREMIO NAZIONALE
PER L'INNOVAZIONE
NEI SERVIZI

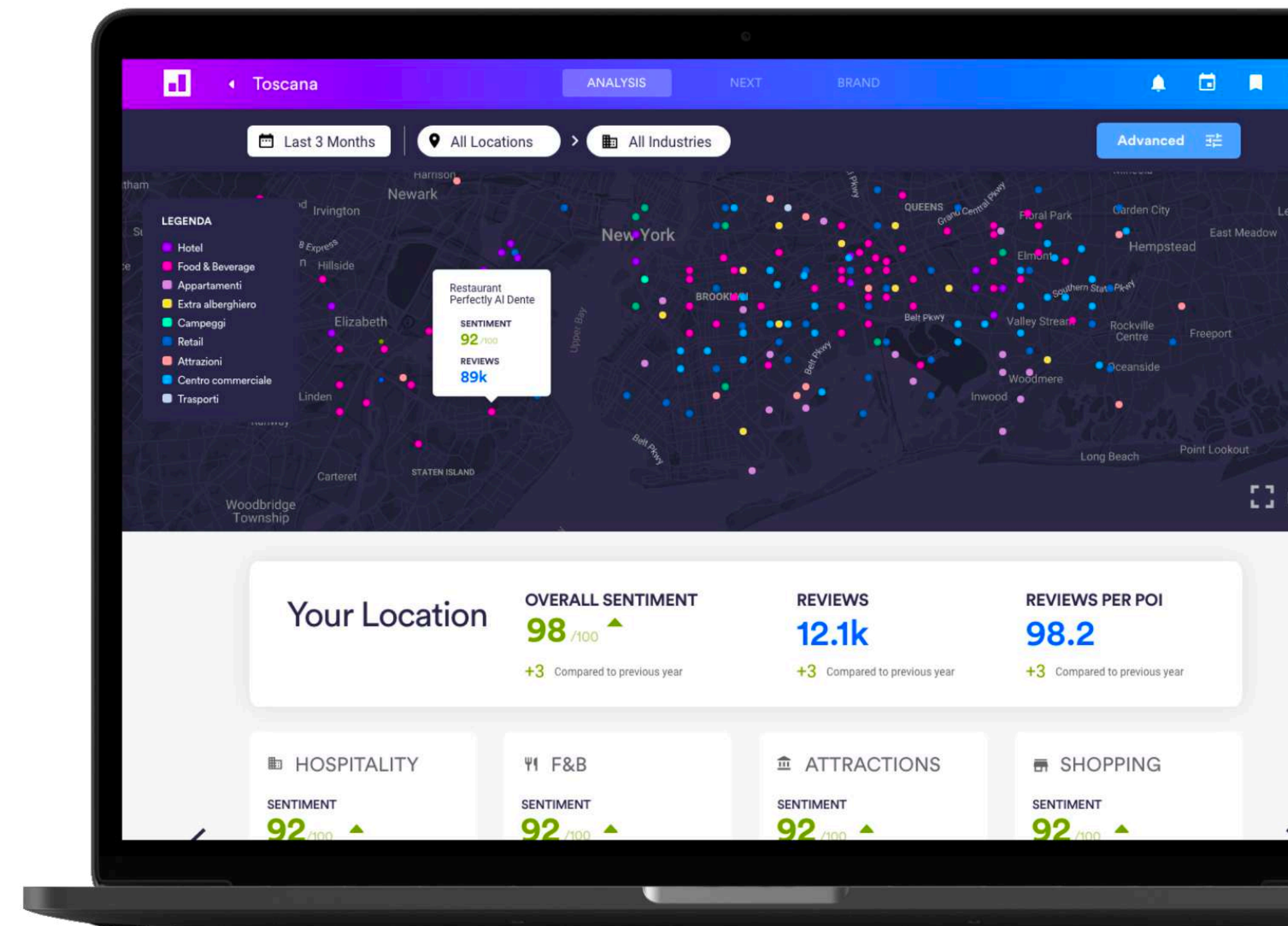
La nostra piattaforma

Data Appeal Studio

Data Appeal Studio è la **prima piattaforma di analisi territoriale all-in-one** pensata per le destinazioni turistiche.

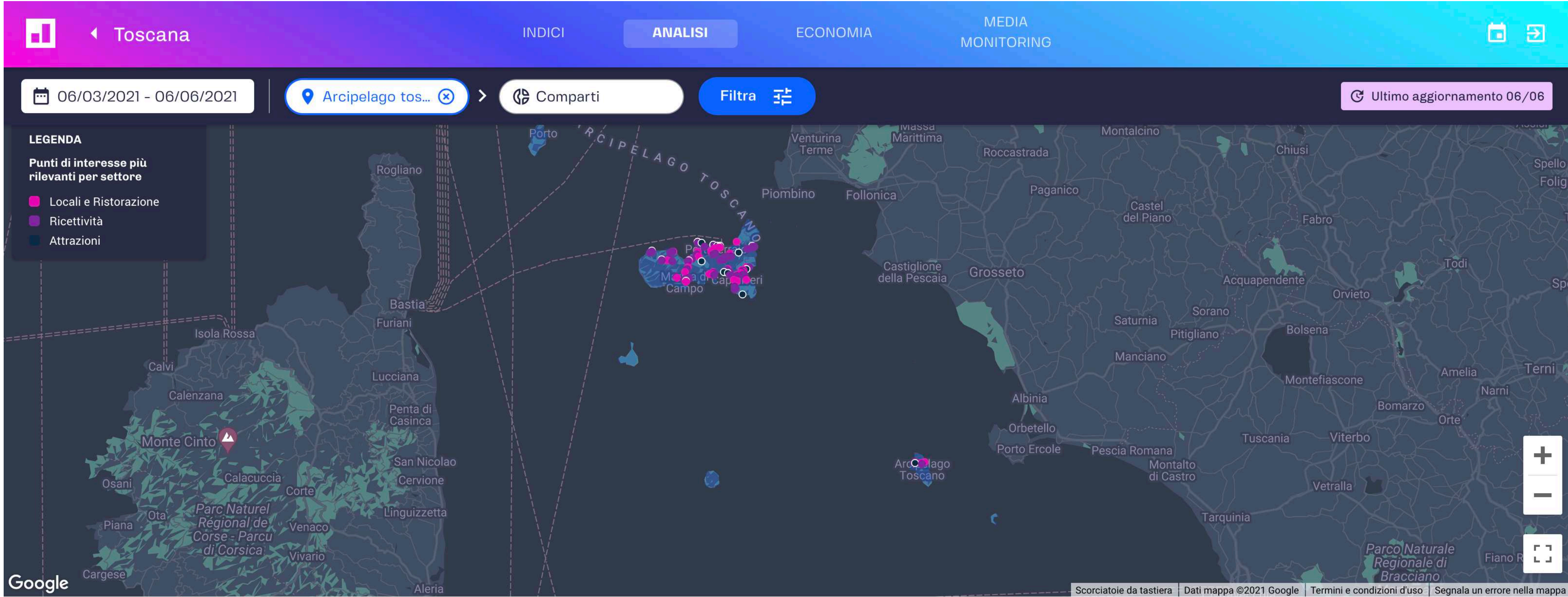
Accedi a una banca dati aggiornata in tempo reale e KPI di nuova generazione per avere la fotografia esatta del tuo territorio.

Monitora e metti a confronto l'andamento delle performance nel tempo, analizza i visitatori, i comparti, i competitor e molto altro.



L' Arcipelago Toscano





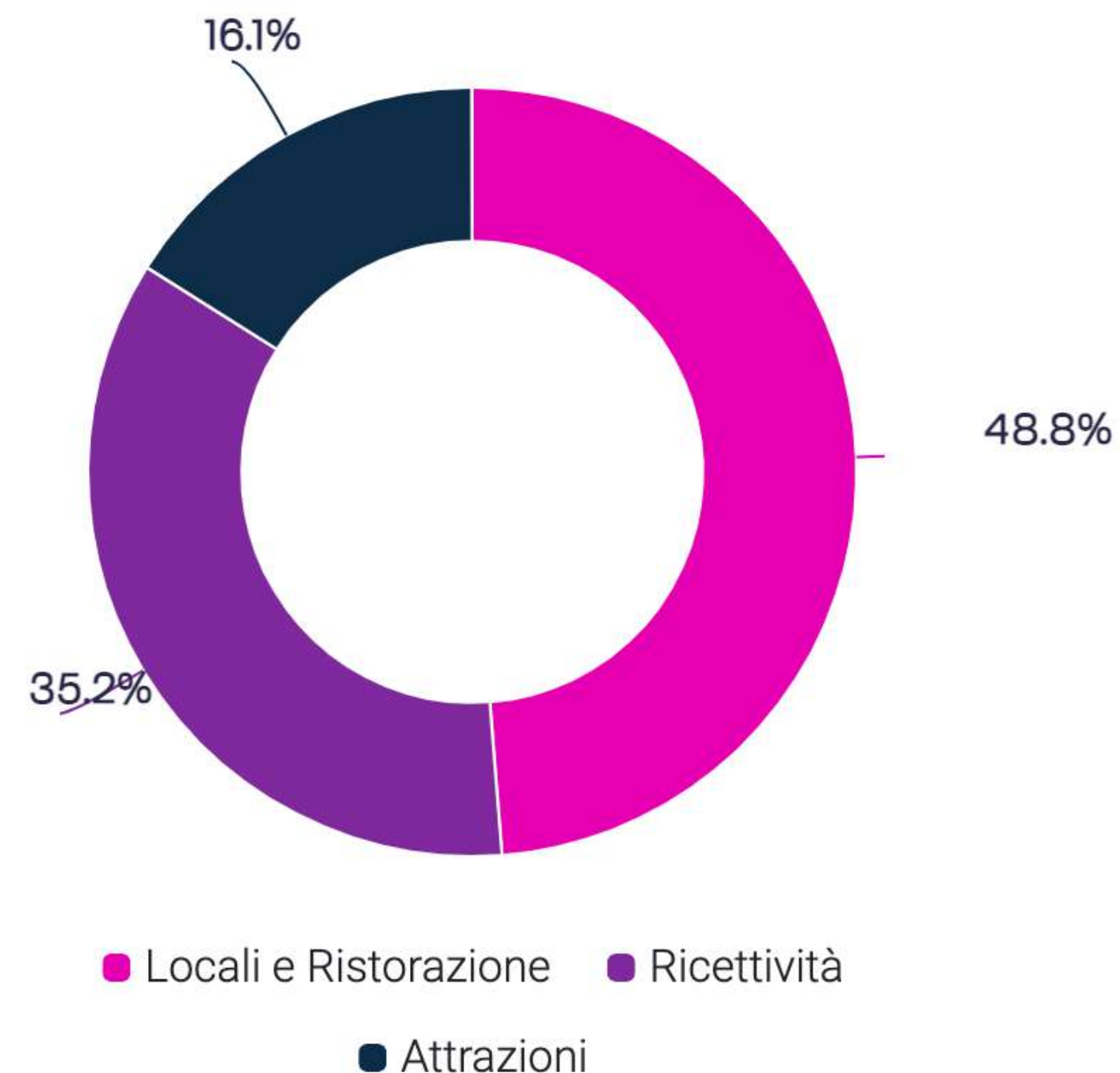


Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



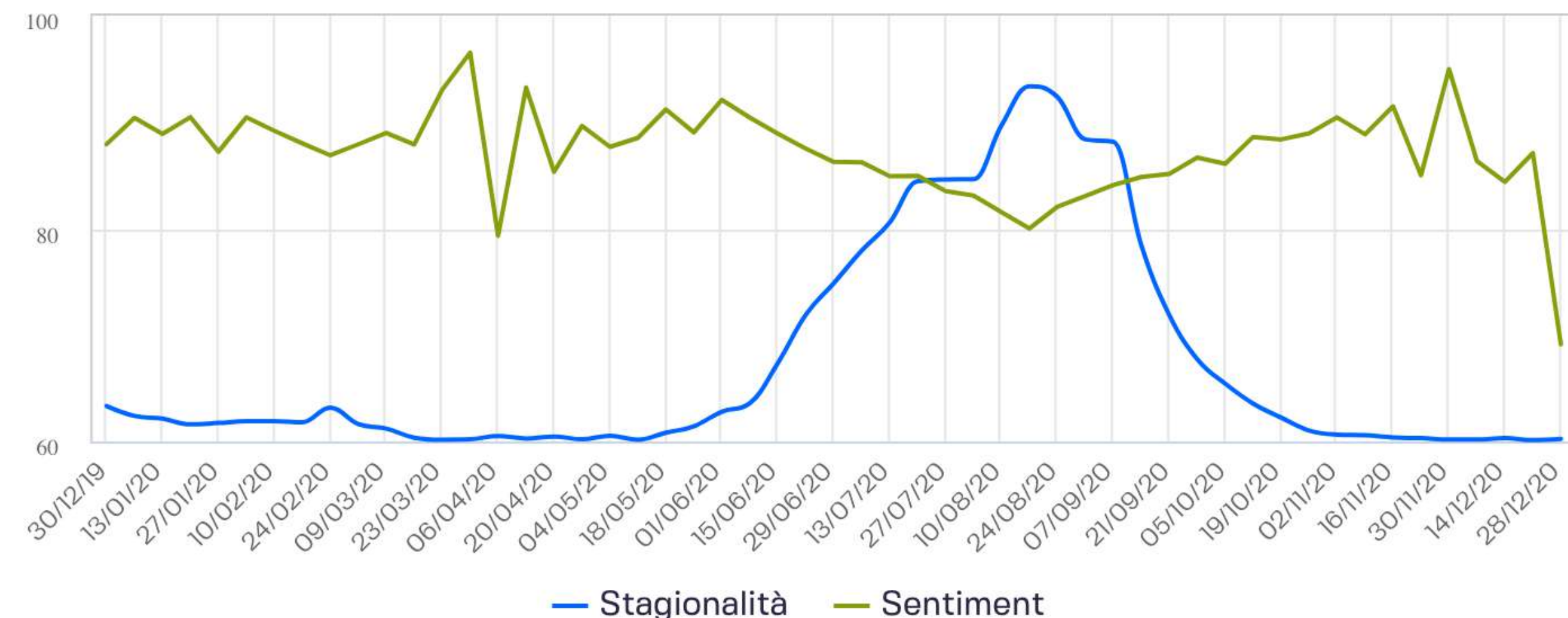
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

57,7k Contenuti ▼

-38,2% Rispetto all'anno precedente

70,2 Contenuti per POI ▼

-39,5 Rispetto all'anno precedente



Domanda



Relazione e lettura dei dati

L'analisi della domanda è stata orientata tra le altre cose a misurare l'impatto covid-19 sul turismo nell'Arcipelago Toscano, in termini di andamento e variazioni nei 12 mesi monitorati del 2020 rispetto all'anno precedente.

L'andamento **2019** dei flussi racconta una tipica **stagionalità** da destinazione balneare, con il picco ferragostano, ma che una stagione molto più ampia di altre destinazioni con dati positivi da aprile a ottobre.

Il **2020** partito in linea rispetto all'anno precedente, segnala chiaramente dalla fine di febbraio l'inversione della tendenza a causa dei primi effetti delle restrizioni a causa della pandemia, che non hanno consentito alla destinazione di avere l'inizio stagione (aprile) a cui eravamo abituati.

La riapertura di giugno ha subito fatto recuperare terreno in maniera significativa, fino ad arrivare alle settimane dell'intorno di ferragosto ad un dato in linea con il 2019.

Da fine settembre, con il riprendere dei contagi si è velocemente ritornati a cali considerevoli e senza consentire una prolungamento della stagione. Il dato complessivo si attesta ad **-37,5% per il 2020 rispetto al 2019**. Sicuramente un dato più positivo del comparto turistico italiano e toscano.

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano

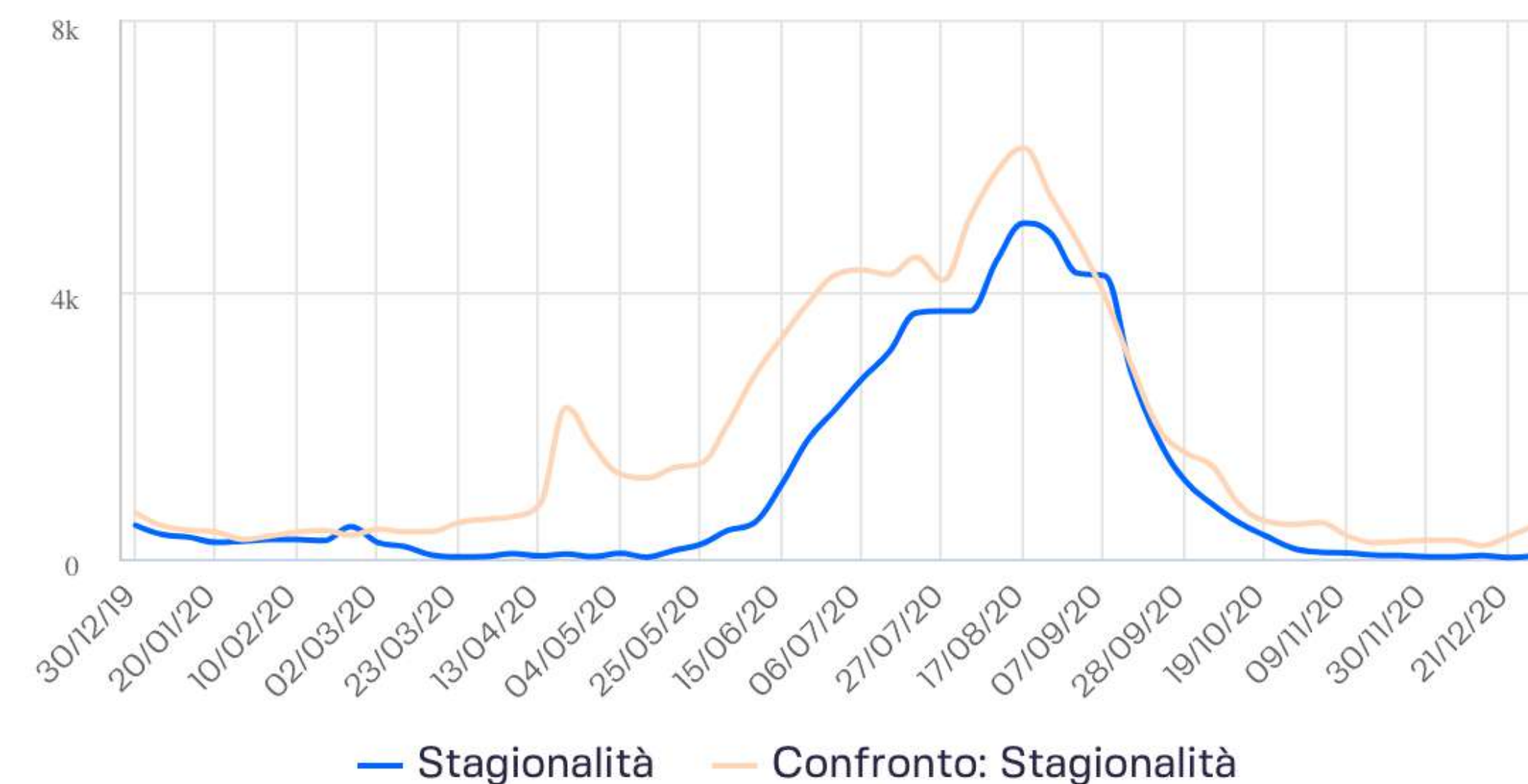
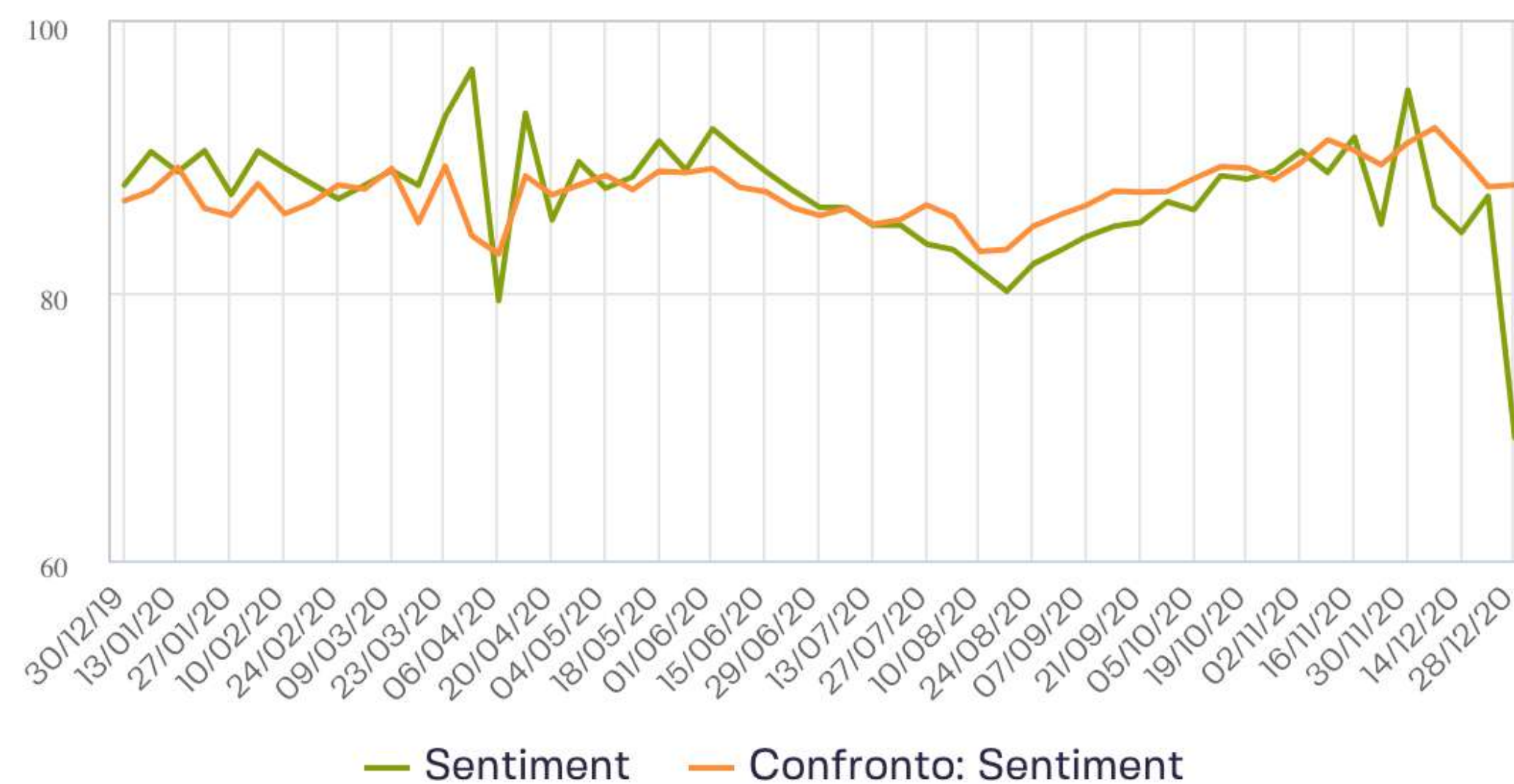


THE **DATA APPEAL** COMPANY

ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

57,7k vs. **93,3k**
Contenuti

70,2 vs. **109,6**
Contenuti per POI



I visitatori

Lo studio della domanda prosegue con l'analisi delle principali caratteristiche dei visitatori, che hanno raccontato la loro esperienza nelle strutture dell'Arcipelago, approfondendo così anche temi e argomenti di loro interesse.

L'Arcipelago Toscano è una destinazione turistica balneare con una **domanda prevalentemente italiana**, questo dato si è confermato ed accresciuto nel 2020 come nel resto del territorio italiano.

Il target che nel 2020 ha giocato un ruolo preminente è quello delle **coppie** (oltre il 50% di contenuti analizzati), seguito dalla vacanza in **famiglia** (30%).

Questo dato confrontato con il dato 2019 evidenzia una crescita del primo a discapito del secondo, infatti l'anno precedente i due cluster erano allo stesso livello di contenuti.

Le famiglie nel 2020 hanno complessivamente perso una quota di circa il 12%.

La soddisfazione degli ospiti italiani **è calata di alcuni punti nel 2020**, questo dato è stato rilevato anche in altre destinazioni italiane. Possiamo legare questo fatto principalmente alle necessità nuove dei viaggiatori, alle esigenze legate all'emergenza Covid e al sistema di norme necessarie a contenere il contagio.

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano



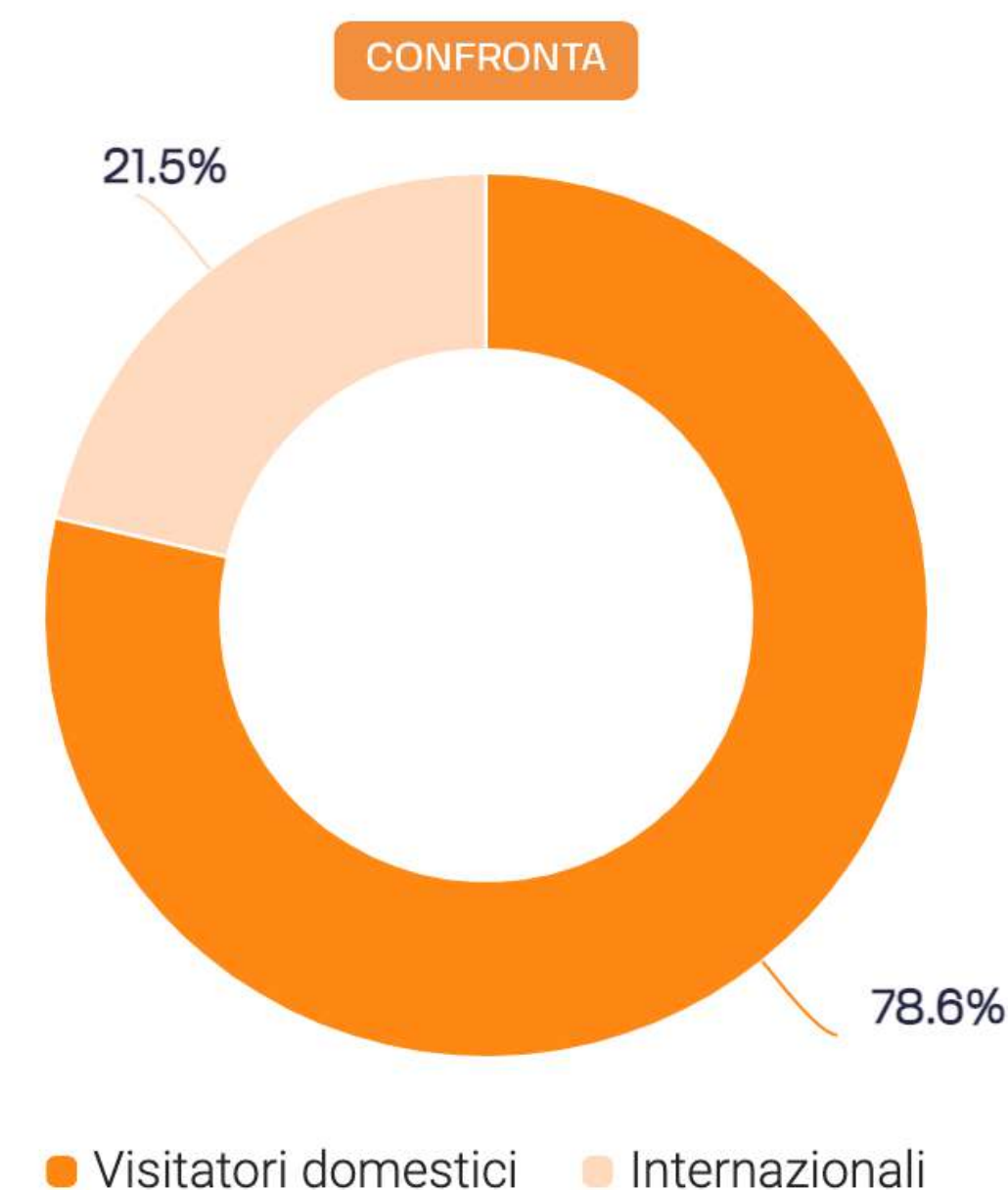
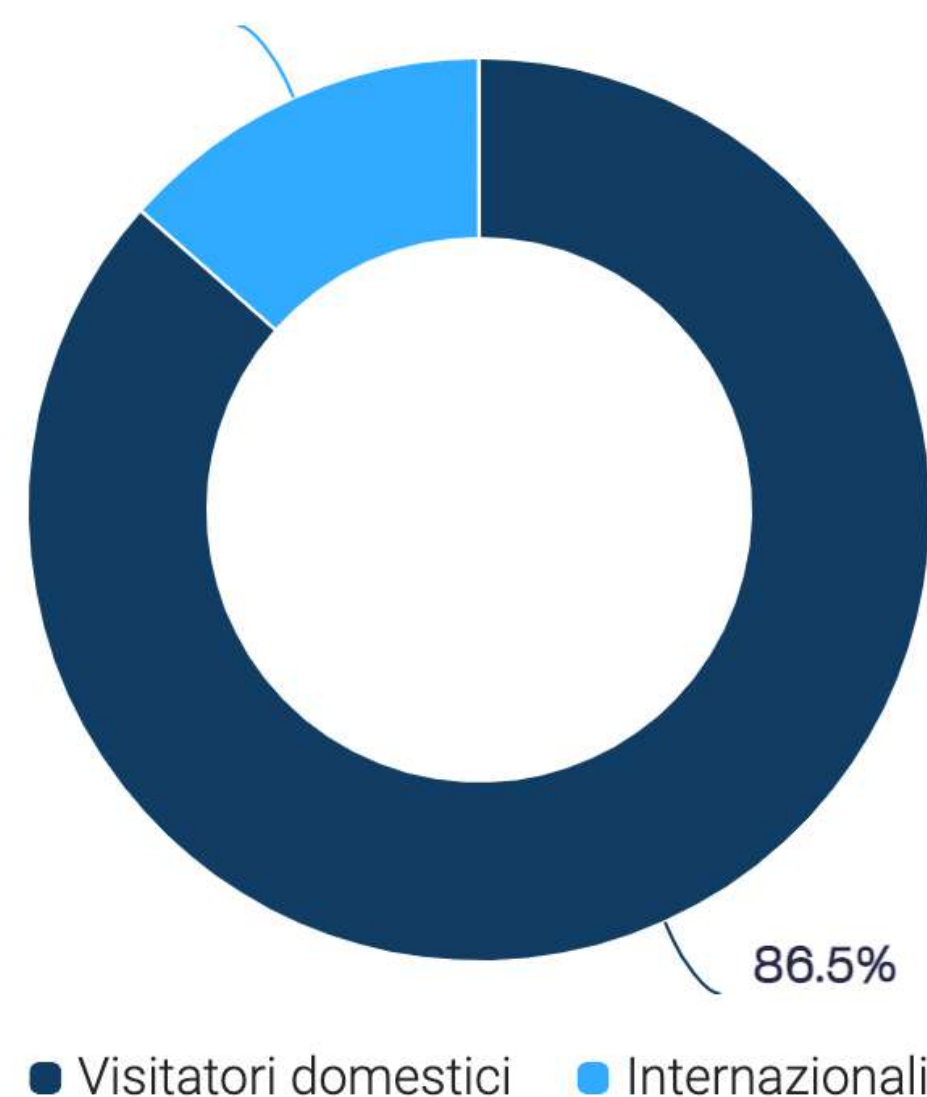
THE **DATA APPEAL** COMPANY

Visitatori

Da dove provengono le persone che parlano di te? Qual è il loro grado di soddisfazione?

Comprendi le nazionalità e le tipologie di visitatori più o meno soddisfatte della tua destinazione per migliorare la profilazione del target e calibrare in modo più efficace le attività di promozione.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano



THE **DATA APPEAL** COMPANY



Visitatori

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	86,5% ▲ 78,6%	82,9/100 ▼ 85,3/100
Svizzera	3,8% ▼ 4,0%	83,5/100 ▼ 84,8/100
Germania	3,7% ▼ 5,2%	83,7/100 ▼ 87,7/100
Francia	1,3% ▼ 2,5%	80,9/100 ▼ 83,6/100
Austria	0,8% ▼ 1,2%	83,5/100 ▼ 86,7/100

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

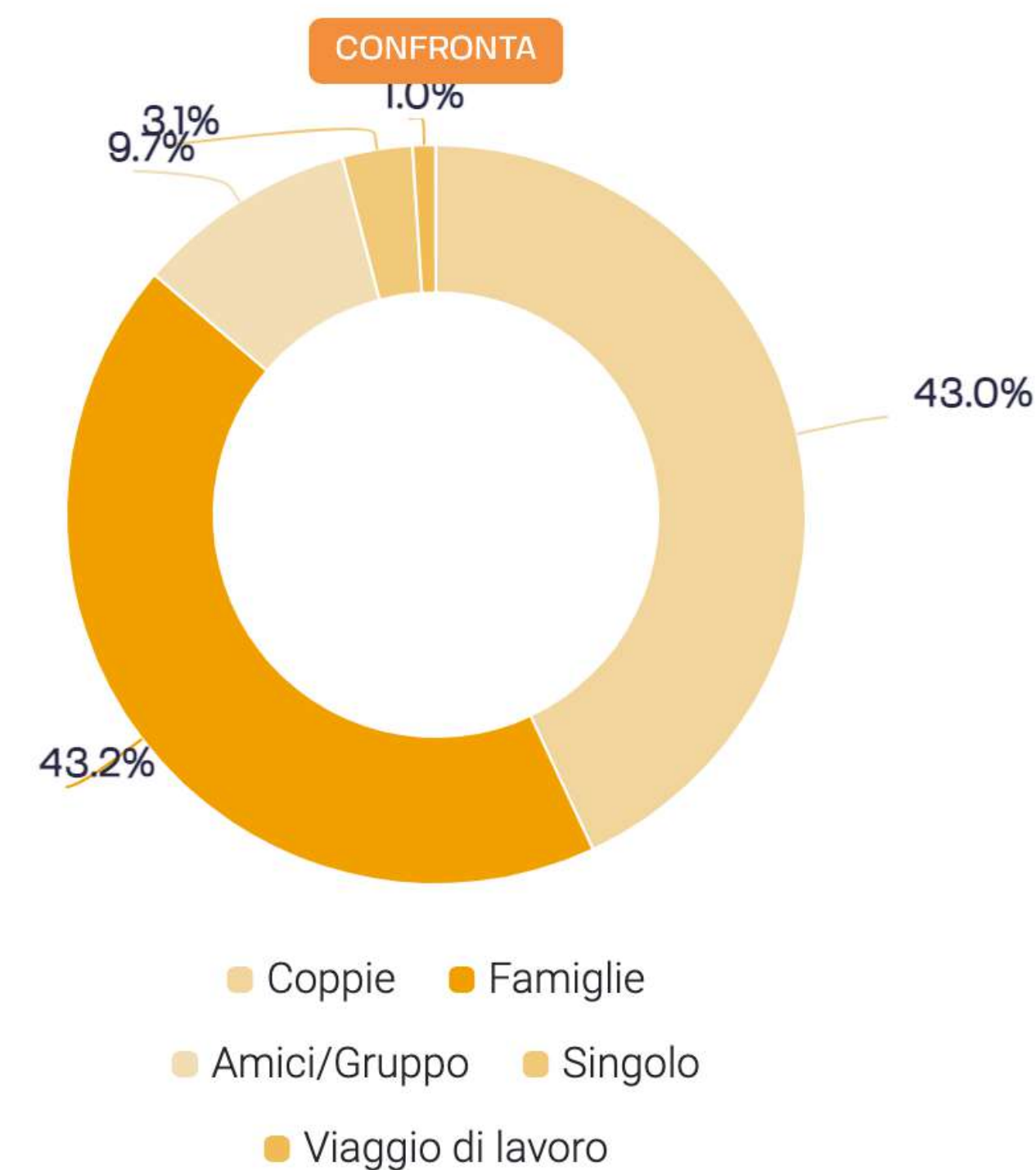
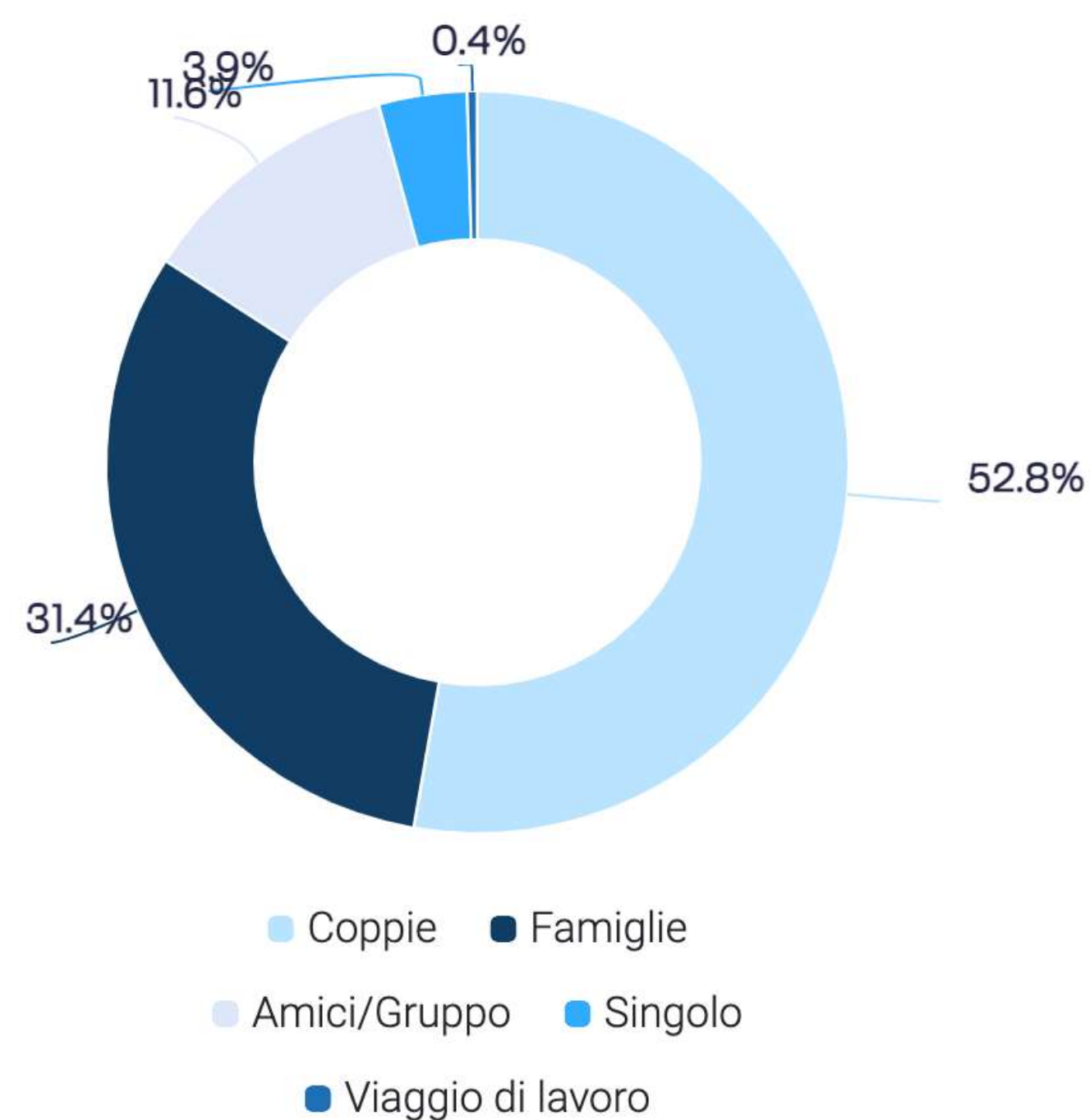
Arcipelago toscano



THE **DATA APPEAL** COMPANY

Visitatori

TIPOLOGIE DI VIAGGIO



Contenuti

Sentiment

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano



THE **DATA APPEAL** COMPANY

📄 Visitatori

		Contenuti	Sentiment
	Coppie	52,8% ▲	84,4/100 ▼
		43,0%	86,5/100
	Famiglie	31,4% ▼	85,8/100 ▼
		43,2%	87,1/100
	Amici/Gruppo	11,6% ▲	82,9/100 ▼
		9,7%	83,9/100
	Singolo	3,9% ▲	85,5/100 ▼
		3,1%	86,2/100
	Viaggio di lavoro	0,4% ▼	76,7/100 ▼
		1,0%	82,6/100

Offerta



L'offerta dell'Arcipelago

L'analisi dell'offerta mira a identificare quali e quanti operatori, con un focus particolare sulle strutture ricettive, concorrono alla costruzione dell'**appeal digitale della destinazione**.

Questo tipo di lettura è molto importante, visto che oltre il 90% dei visitatori consulta le fonti online in almeno una fase del *customer journey*, rende significativa la comprensione quantitativa e qualitativa della presenza digitale dell'offerta al fine di valutare anche azioni locali e progetti da implementare.

Attraverso i nostri strumenti inoltre si estende l'analisi a decine di piattaforme diverse, da quelle più generaliste (Google, Facebook), a quelle di settore (Tripadvisor) e a quelle specifiche del comparto (Booking.com o Hotels.com per la ricettività, The Fork per la ristorazione, ecc) questo rende possibile cogliere tutte le sfumature dell'appeal digitale di ogni singolo punto e della destinazione nel suo complesso.

In questo reparto sono **897 i punti di interesse** (POI) attivi nel periodo considerato (2019-2020) e quindi analizzati, che si riducono a **887** nel 2020.

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

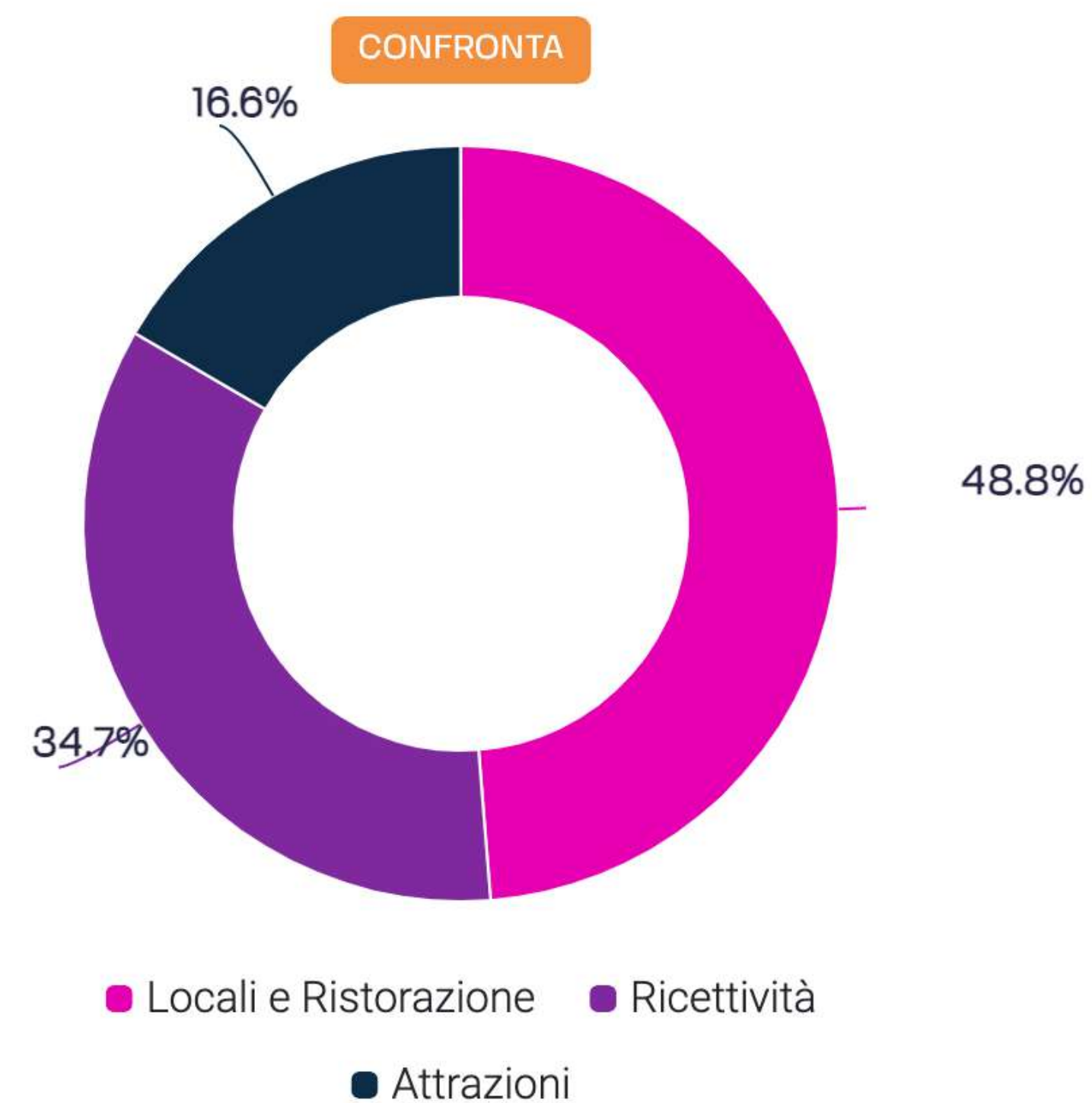
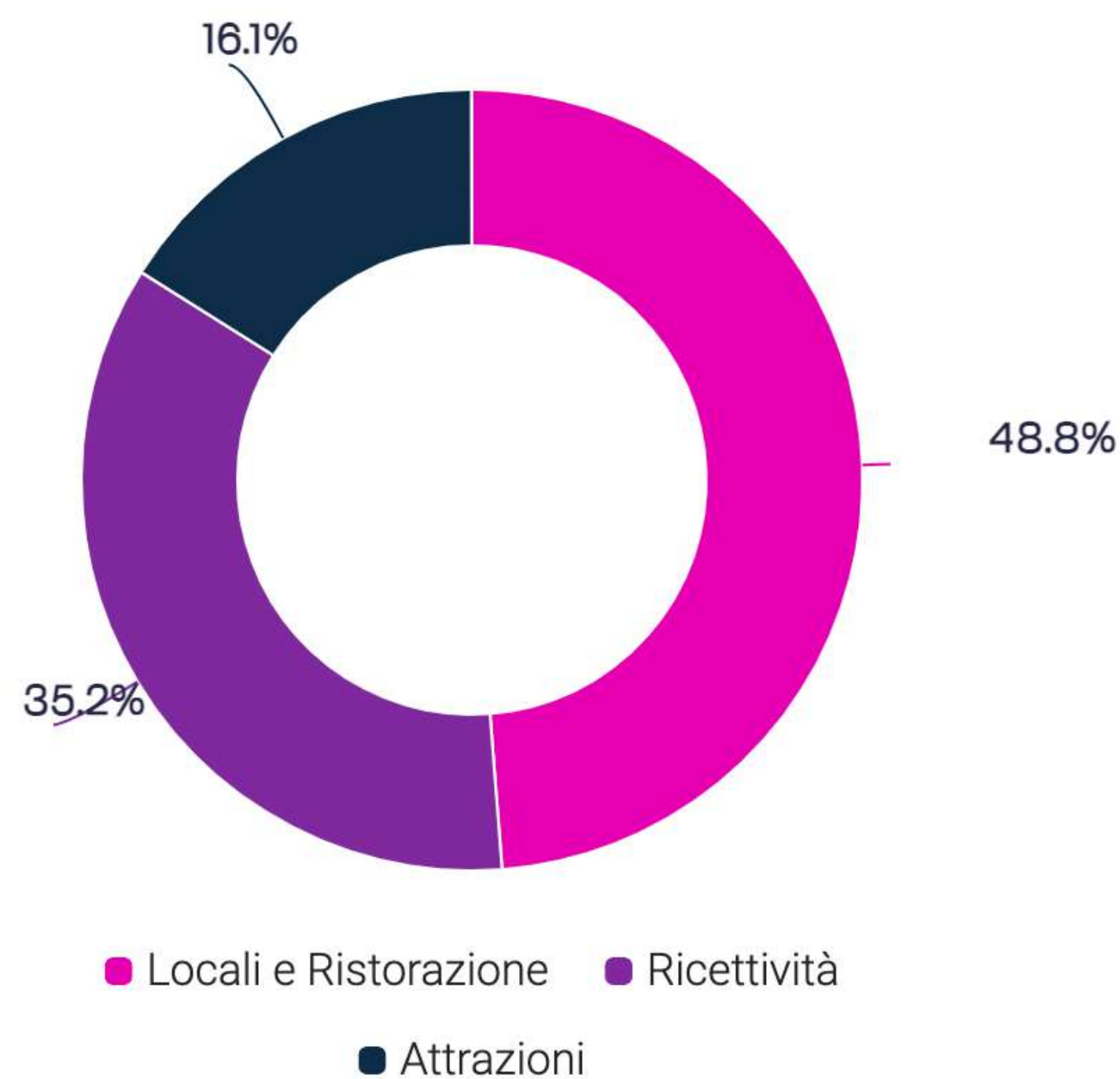
AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano



THE **DATA APPEAL** COMPANY

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano



THE **DATA APPEAL** COMPANY

LOCALI E RISTORAZIONE

SENTIMENT

82,6 /100 vs. **85,0** /100

25,3k vs. **37,8k**

Contenuti



RICETTIVITÀ

SENTIMENT

85,5 /100 vs. **87,0** /100

17,4k vs. **26,2k**

Contenuti



ATTRAZIONI

SENTIMENT

86,1 /100 vs. **87,2** /100

15,0k vs. **29,3k**

Contenuti



Sentiment e temi chiave

Il **livello di soddisfazione per i punti di interesse legati alla ospitalità, pari a 85.5/100, è buone** ma segna uno scarto di 1.5 punti sulla media italiana. L'andamento nel 2020 del sentiment è molto altalenante e risente in maniera significativa della riduzione complessiva dei contenuti soprattutto nei periodi di restrizioni dovute ai lockdown

Nel dettaglio emerge chiaramente come **l'accoglienza e il personale** siano i punti di forza della località, con sentiment eccellenti in tutti i comparti, ma **al secondo posto emerge il dato legato alla offerta gastronomica**, che sconta un calo di qualche punto, ma rimane per quantità e qualità uno dei temi maggiormente raccontati e apprezzati.

Tra i **punti di negatività** sono da mettere in evidenza, per il comparto dell'ospitalità, gli elementi legati ai temi **infrastrutturali nelle camere**, questo tema segnala la necessità di porre maggior attenzione al prodotto e "all'adeguamento" dello stesso alle necessità dei visitatori attuali.

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano

COMPARTI

Ricettività

COMPARTI A CONFRONTO

Ricettività

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
 Staff 	16,7% ▼ 17,9%	93,2/100 ▼ 95,3/100	-2,1
 Ristorazione 	16,4% ▼ 17,8%	84,9/100 ▼ 87,4/100	-2,5
 Camera 	14,3% ▼ 14,8%	63,4/100 ▼ 65,9/100	-2,5
 Atmosfera 	14,1% ▼ 15,5%	83,0/100 ▼ 83,6/100	-0,6
 Struttura 	7,8% ▼ 8,0%	89,7/100 ▲ 89,3/100	+0,4

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

AREE

Arcipelago
toscano

COMPARTI

Ricettività

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE A CONFRONTO

Arcipelago
toscano

COMPARTI A CONFRONTO

Ricettività

PIATTAFORME

		Recensioni	Rating	Sentiment
	Booking.com	49,5% ▼ 51,6%	8,1/10 ▼ 8,5/10	84,4/100 ▼ 86,9/100
	Google	31,0% ▼ 31,8%	8,6/10 8,6/10	86,5/100 ▼ 86,7/100
	TripAdvisor	16,5% ▲ 13,7%	8,5/10 ▼ 8,7/10	85,2/100 ▼ 87,2/100
	Facebook	2,8% ▲ 2,3%	 9,7/10	95,6/100 ▲ 94,5/100
	HolidayCheck	0,1% ▼ 0,2%	8,8/10 ▼ 8,8/10	86,7/100 ▼ 89,9/100

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano

COMPARTI

Locali e Ristorazione

COMPARTI A CONFRONTO

Locali e Ristorazione



Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
 Atmosfera	30,3% ▼ 30,8%	84,4/100 ▼ 86,7/100	-2,3
 Accoglienza	22,9% ▲ 21,9%	88,1/100 ▼ 91,1/100	-3,0
 Qualità del cibo	21,2% ▼ 21,5%	82,9/100 ▼ 86,2/100	-3,3
 Posizione	10,8% ▼ 11,0%	90,3/100 ▼ 91,6/100	-1,3
 Estetica	4,8% ▲ 4,5%	78,3/100 ▼ 79,6/100	-1,3

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO

01/01/19 - 31/12/19

AREE

Arcipelago toscano

AREE A CONFRONTO

Arcipelago toscano

COMPARTI

Attrazioni

COMPARTI A CONFRONTO

Attrazioni

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

		Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
 Posizione		23,6% ▲ 22,8%	85,4/100 ▼ 86,5/100	-1,2
 Spazi		21,4% ▼ 22,4%	75,4/100 ▼ 77,0/100	-1,6
 Atmosfera		12,6% ▼ 14,6%	85,6/100 ▲ 82,6/100	+3,0
 Ristorazione		8,8% ▲ 8,4%	88,0/100 ▲ 82,1/100	+5,9
 Costi		7,1% ▲ 5,7%	40,8/100 ▲ 40,5/100	+0,2

Prospettive 2021

L'analisi oltre a evidenziare quello che i turisti hanno raccontato nel 2020 e nel 2019, apre una finestra sul posizionamento dei prezzi per il 2021.

Il dato che viene rilevato segnala l'andamento positivo di questa stagione, con l'indicazioni dei prezzi medi e saturazioni molto importanti.

Oltre all'analisi del territorio dell'Arcipelago abbiamo impostato un confronto con le altre province della Regione Toscana e l'indicazione raccolta è quella che nel territorio oggetto dell'analisi si ha un **un prezzo medio più alto e soprattutto un tasso di saturazione OTA pari al 45,4% di gran lunga il più alto della Regione.**

PERIODO

01/07/21 - 30/11/21

AREE

Arcipelago toscano

COMPARTI

Ricettività

RICETTIVITÀ

PREZZO MEDIO OTA ⓘ

155€ ▼ -16,7

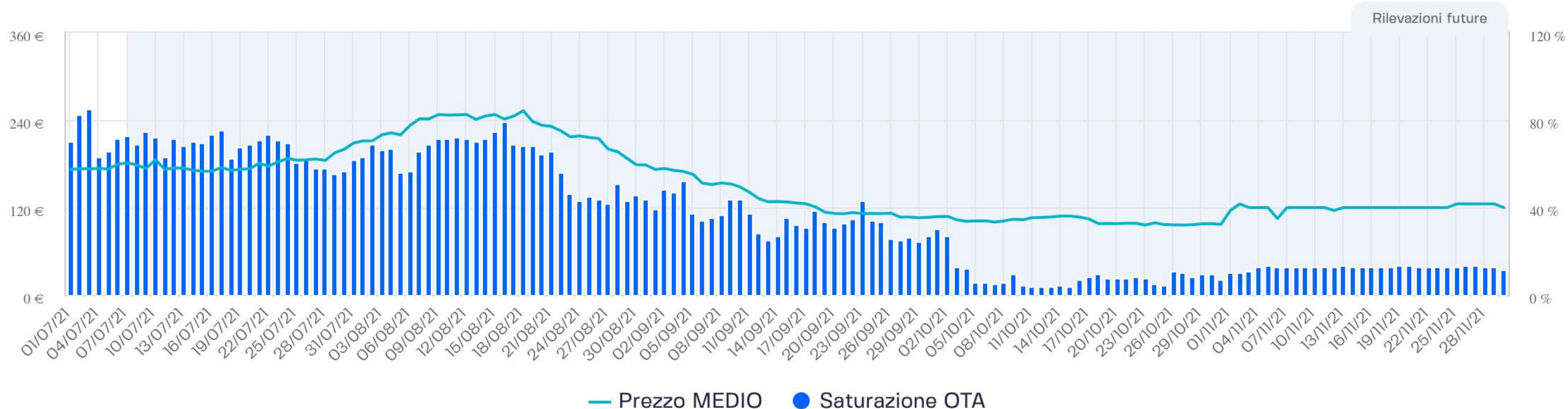
46,3% Saturazione OTA

66,6k Offerte Disponibili OTA

Tariffe e offerte

Cosa accadrà nei prossimi mesi in termini di disponibilità e tariffe? Come varieranno in base alle categorie e alle tipologie?

Le tariffe e le offerte analizzate sulle maggiori OTA, con il calcolo del tasso di saturazione, ovvero del rapporto tra offerte disponibile e quelle vendute (o non più disponibili).



PERIODO
01/07/21 - 30/11/21

AREE
Toscana

AREE PER OFFERTE DISPONIBILI

	Saturazione OTA	Prezzo MEDIO	Offerte disponibili	
 Arcipelago toscano	45,4%	159€	76,8k	
 Livorno	32,7%	140€	316,8k	
 Massa Carrara	23,6%	106€	105,0k	
 Grosseto	22,7%	126€	605,7k	
 Lucca	18,0%	145€	565,1k	
 Siena	15,8%	131€	1,1M	
 Pisa	13,9%	88€	462,0k	
 Provincia di Firenze	11,4%	128€	2,7M	
 Arezzo	11,4%	102€	334,2k	
 Pistoia	10,5%	93€	369,1k	
 Città di Firenze	9,9%	135€	2,1M	

METODOLOGIA

The Data Appeal Company è un data provider di alternative data. Attraverso le proprie tecniche proprietarie raccoglie e monitora la presenza digitale dei **POI**, ovvero i punti di interesse di un'area, attraverso l'analisi di decine di portali, siti web, OTA, social media, dai più noti a quelli più specializzati per comparto. La metodologia di recupero prevede un processo di ricognizione e di riconduzione univoca attraverso un algoritmo che ha lo scopo di massimizzare la probabilità che i canali esplorati siano relativi al medesimo POI. Dopo un complesso processo di data quality, per ciascun POI rilevato vengono esplorate caratteristiche proprie - come localizzazione, tipologia, servizi - e dei visitatori - come provenienza, lingua, tipologia di viaggio. I **contenuti** della digital human experience (recensioni, giustizi, commenti, punteggi, ..) vengono letti e analizzati semanticamente attraverso meccanismi proprietari di intelligenza artificiale nel linguaggio naturale, nella sua forma originale, identificandone le logiche e il tono emozionale. Il risultato principale è il **sentiment**, ovvero un indice sintetico che esprime il grado di soddisfazione in base 100, ovvero la quota di giudizi positivi all'interno dell'insieme di tutti i contenuti analizzati. A questo score di polarità per ogni contenuto, si aggiungono i main topic ed i soggetti (aspects) e giudizi (opinions) connessi. Negli anni sono state sviluppate numerose altre tecniche, tra cui il **rates checker** per l'ospitalità, con la raccolta delle tariffe giornaliere (con monitoraggio più volte al giorno) pubblicate sulle OTA. Grazie a sofisticate tool di Business Intelligence dedicati e a tecniche di Data Visualization, i dati vengono offerti in maniera interattiva, ad esempio attraverso una dashboard come **Data Appeal Studio**, di modo che ogni tipologia di utente abbia la possibilità di leggere tutte le informazioni necessarie in maniera autonoma.

The Data Appeal Company (ex Travel Appeal) è una PMI innovativa italiana, nata nel 2014 in Veneto e con sede attuale a Firenze, Premio Nazionale 2020 per l'Innovazione dei Servizi, categoria turismo.

Per maggiori informazioni: support@datappeal.io

Data, made simple.

The Data Appeal Company unlocks the value of data for any destination around the world.

"Simplicity is the ultimate sophistication"

La Vinci