

SAN GIMIGNANO

Report di Destinazione: Comune di San Gimignano

Cosa raccontano le tracce digitali?

MONITORAGGIO DELLA DESTINAZIONE
GIUGNO 2025



Comune di
San Gimignano

**SAN
GIMIGNANO**



THE DATA APPEAL COMPANY



ALMAWAVE
GROUP





D/AI Destinations è uno strumento di analisi territoriale che raccoglie e analizza in tempo reale tutti i dati qualitativi e quantitativi all'interno della destinazione monitorata.

Per ogni contenuto D/AI Destinations rileva due aspetti:

Aspetto quantitativo: volume dei contenuti analizzati, ad esempio numero di recensioni rilevate in un certo periodo

Aspetto qualitativo: qualità del feedback espresso dal contenuto, ad esempio recensione positiva o negativa

D/AI Destinations permette di creare valore per tutti gli attori del proprio territorio al fine di monitorare tutte le dinamiche di mercato, avere maggiori informazioni strategiche utili a *marketing* e *comunicazione*, ma anche per strutturare un'offerta appetibile per i mercati di riferimento. La piattaforma supporta chi si occupa nella destinazione di marketing esterno (promo-commercializzazione, web marketing, comunicazione) e contemporaneamente è un tool strategico di *sviluppo interno della destinazione* e della sua organizzazione che è l'impalcatura che sorregge l'offerta della destinazione e sostiene una identità riconoscibile.

Analisi della Destinazione

Sintesi dei risultati

Questa presentazione offre una panoramica dei principali trend turistici e sulle dinamiche digitali legate alla destinazione di San Gimignano, basandosi sui dati e sui KPI mostrati nella piattaforma D/AI Destinations.

Periodo di riferimento: Giugno 2025

Periodo di confronto: Giugno 2024

Per l'analisi della spesa, il **periodo di riferimento è Maggio 2025, a confronto con Maggio 2024.**

Sintesi dei risultati:

- ***Volume delle tracce digitali:** diminuzione generale dell'attività online relativa alla destinazione, rispetto a Giugno 2024*
- ***Sentiment:** percezione prevalentemente positiva della destinazione, con una situazione omogenea rispetto a Giugno 2024.*
- ***Mercati di Provenienza:** la maggioranza dei visitatori proviene da mercati europei consolidati, Francia, Germania, Regno Unito. Si rilevano Sentiment simili e molto positivi per le diverse nazionalità.*
- ***Piattaforme OTA:** lieve flessione del tasso di saturazione (-1,3%), e aumento delle tariffe medie (+10,7%) rispetto a Giugno 2024.*
- ***Sostenibilità:** equilibrio nella media tra sviluppo turistico e sostenibilità. Rispetto a Giugno 2024, si osserva una flessione generale (- 10,2%), con criticità legate soprattutto all'environmental pillar, anche se in lieve miglioramento (-20,9%).*
- ***Spesa turistica (dati VISA)** maggio 2025 vs maggio 2024: volume di spesa in calo rispetto a maggio 2024 (- 18,9%). La spesa media settimanale per carta è in leggera diminuzione (- 2,7%), ma aumenta il numero delle carte registrate (+4,4%).*

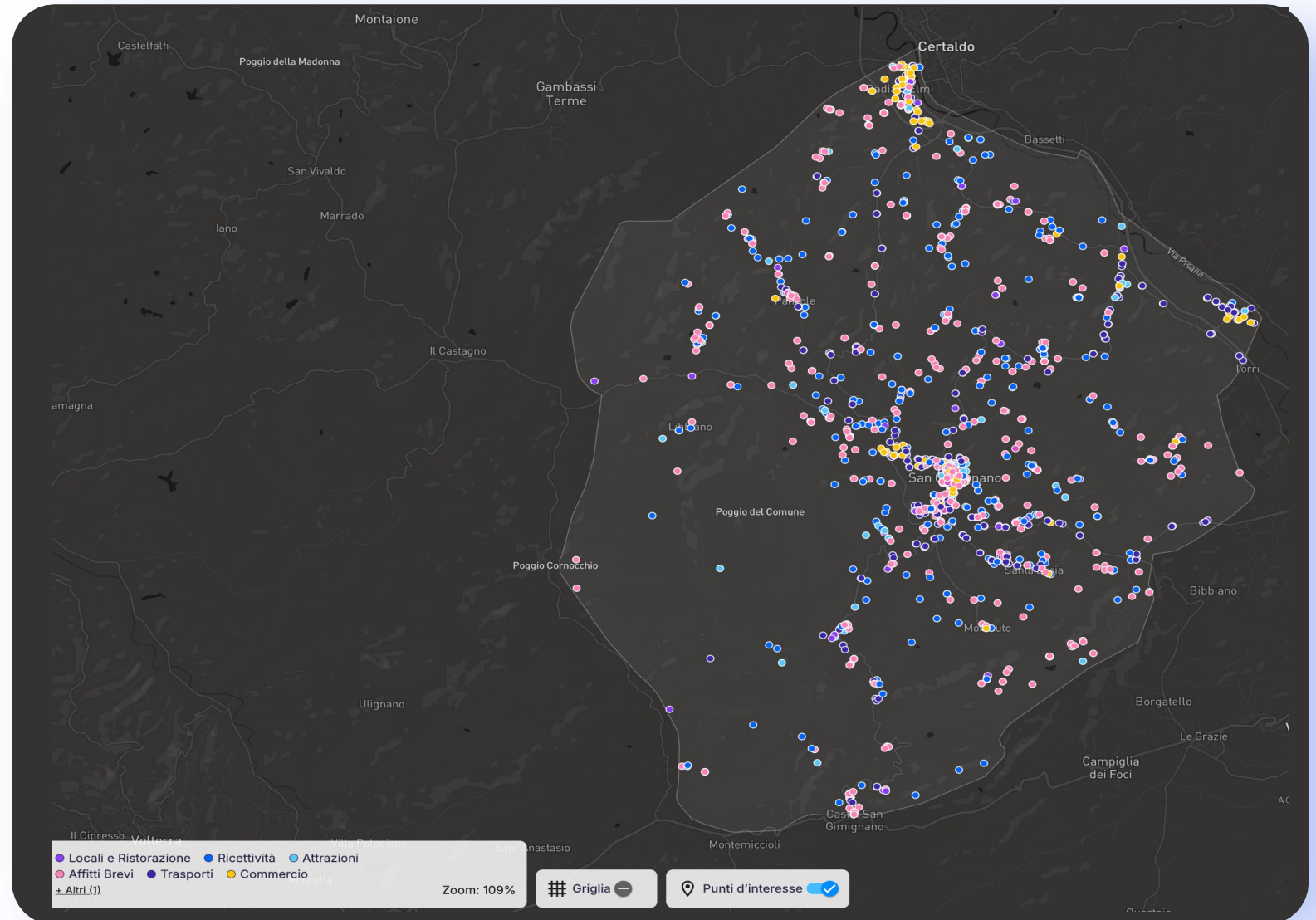
Area geografica e punti di interesse analizzati



**Comune di San
Gimignano**



Giugno 2025



Distribuzione delle tracce digitali



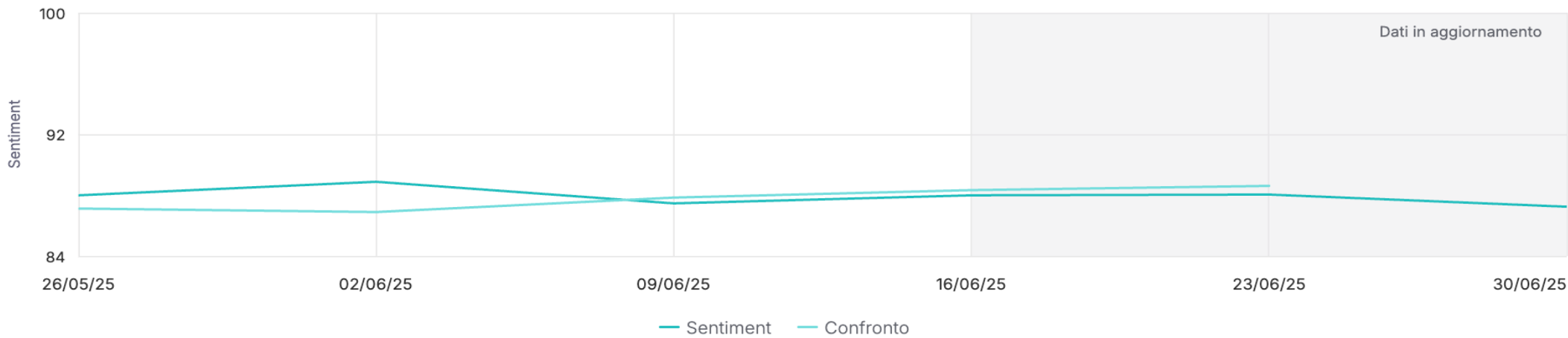
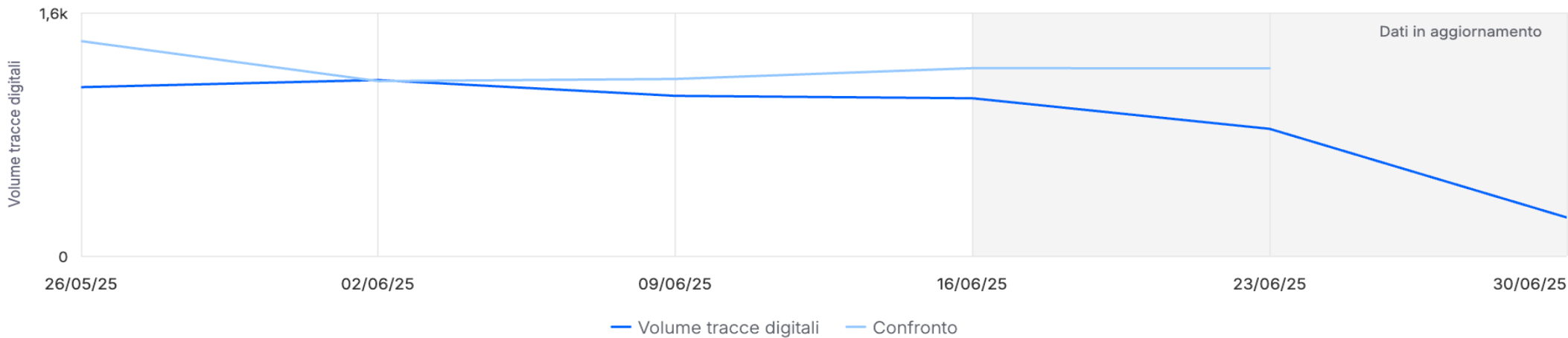
Confronto tra giugno 2025 vs giugno 2024

Volume tracce digitali e sentiment

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

Volume totale tracce digitali **4,5k** vs 5,2k

Settimanale

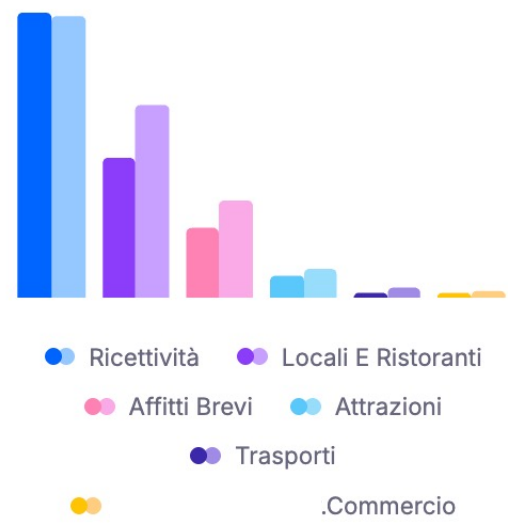
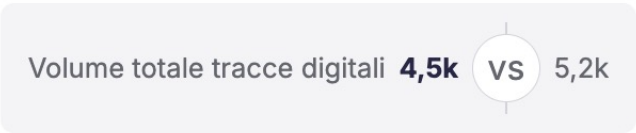


Distribuzione delle tracce digitali

Confronto tra giugno 2025 vs giugno 2024

Distribuzione del volume delle tracce digitali da industrie selezionate

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



	Distribuzione tracce digitali		Volume tracce digitali	Sentiment
Ricettività	54,1%	▲	2,4k	88,1/100
	45,8%		2,4k	88,0/100
Locali e Ristorazione	26,7%	▼	1,2k	85,9/100
	31,2%		1,6k	86,1/100
Affitti Brevi	13,1%	▼	586	91,8/100
	15,8%		822	91,7/100
Attrazioni	4,1%	▼	184	90,8/100
	4,6%		239	93,3/100
Trasporti	1,1%	▼	50	80,8/100
	1,7%		86	77,2/100
Commercio	0,8%	▼	37	82,8/100
	1,0%		52	85,0/100

Sentiment index:

Qual è la soddisfazione dei visitatori?

L'analisi del sentiment sui contenuti online dei viaggiatori è una pratica che consiste nell'**esaminare ed valutare le opinioni, emozioni e valutazioni espresse dagli utenti riguardo a punti di interesse e alle esperienze ad essi collegate attraverso canali digitali**. Questo tipo di analisi si basa sull'estrazione e l'elaborazione di grandi quantità di dati provenienti da recensioni, commenti, post sui social media, blog e altre fonti online.

L'obiettivo principale dell'analisi del sentiment è capire il **sentimento generale dei visitatori nei confronti delle destinazioni**. Attraverso l'utilizzo di algoritmi di elaborazione del linguaggio naturale e tecniche di apprendimento automatico, vengono identificate opinioni positive, negative o neutre espresse dagli utenti. Le informazioni ottenute possono essere utilizzate per valutare la soddisfazione dei visitatori, individuare punti di forza e debolezza dei servizi offerti, identificare tendenze emergenti, adattare le strategie di marketing e migliorare l'esperienza complessiva dei viaggiatori.

L'indice ha un valore compreso tra 1 e 100, che può essere interpretato come segue:

- 1-20: Molto Negativo
- 21-40: Abbastanza Negativo
- 41-60: Neutro
- 61-80: Abbastanza Positivo
- 81-100: Molto Positivo

La mappa nella pagina successiva è uno strumento prezioso per comprendere il sentiment complessivo dei visitatori in diverse parti della città. Utilizzando un sistema di colori dinamico, la mappa mostra le variazioni nei valori dell'Indice di Sentiment, aiutando a individuare aree con reazioni positive

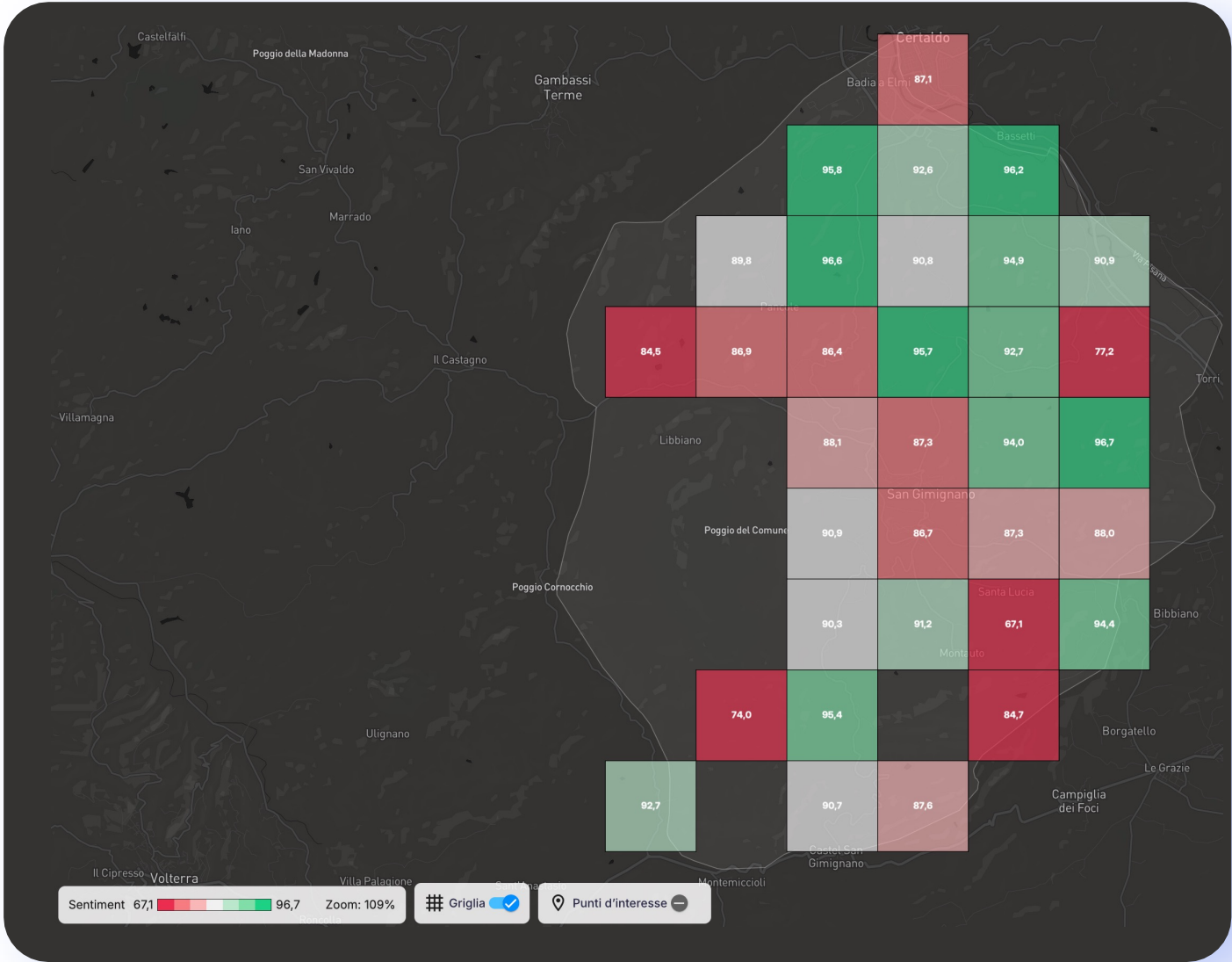
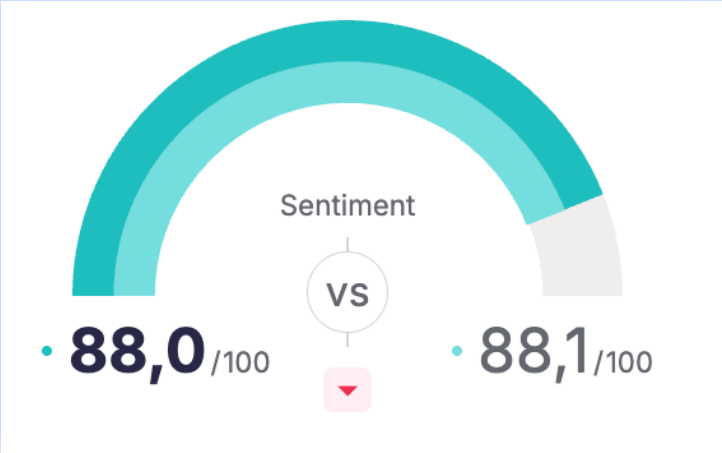
o negative.

San Gimignano - Uffresco /



Sentiment Index: Mappa Territoriale

Confronto tra giugno 2025 vs giugno 2024



Principali Mercati

I dati sull'origine dei viaggiatori permettono di capire **da quali paesi provengono i visitatori** della destinazione turistica. Analizzando la **distribuzione delle tracce digitali** generate dai viaggiatori, si può identificare quali nazioni contribuiscono maggiormente alla conversazione online sulla destinazione.

Inoltre, il Sentiment medio legato all'origine dei viaggiatori offre un'**indicazione di come la destinazione venga percepita**. Per esempio, può emergere che i visitatori di un certo paese abbiano una percezione particolarmente positiva, mentre altri potrebbero esprimere giudizi più critici. Questi dati possono guidare strategie di marketing mirate, permettendo di adattare la comunicazione alle esigenze e alle preferenze dei diversi gruppi di visitatori.

Tipologia di viaggiatore

I dati sui tipi di viaggiatori aiutano a capire come diversi segmenti di clientela percepiscono la destinazione. Le analisi si concentrano su categorie specifiche come **famiglie, coppie, gruppi di amici, viaggiatori business o di gruppo**. Grazie a queste informazioni, è possibile rilevare non solo la distribuzione delle tracce digitali, ma anche il Sentiment medio associato a ciascun tipo di viaggiatore.

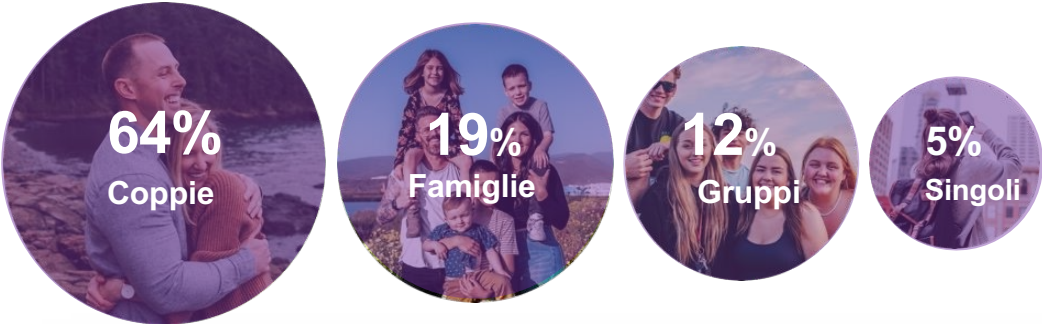
Questi dati permettono di individuare punti di forza e aree di miglioramento per ogni segmento. Ad esempio, se i viaggiatori in coppia esprimono Sentiment negativo, potrebbe essere utile ottimizzare i servizi offerti per questo target. Le informazioni fornite consentono di pianificare strategie di marketing più efficaci e personalizzate, migliorando l'esperienza per ciascun tipo di viaggiatore.

Confronto giugno 2025 vs giugno 2024

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Italia	▲ 20,0% 19,7%	▼ 85,8/100 86,9/100
 Germania	▼ 11,3% 13,4%	▲ 88,1/100 87,5/100
 Francia	▲ 6,6% 5,7%	▲ 88,0/100 83,7/100
 Regno Unito	▼ 5,8% 5,9%	▲ 91,0/100 87,7/100
 Paesi Bassi	▼ 5,1% 5,3%	▲ 86,5/100 85,3/100

Con chi viaggiano?



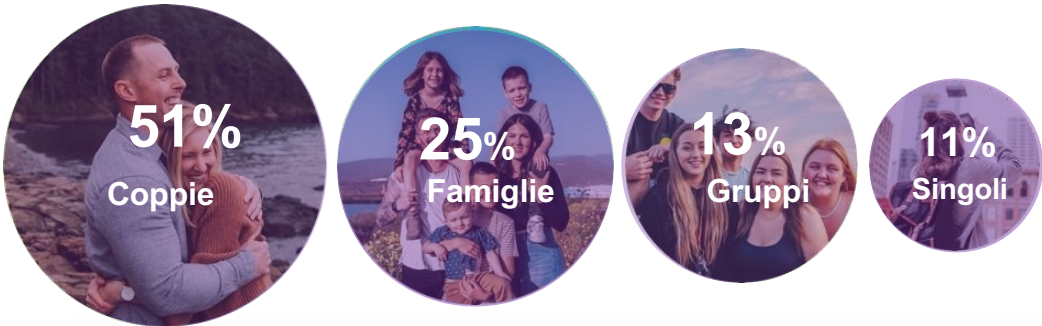
	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Stati Uniti	▼ 4,9% 5,7%	▲ 91,8/100 91,5/100
 Austria	▲ 4,4% 3,4%	▼ 85,9/100 88,7/100
 Svizzera	▲ 3,3% 3,0%	▼ 83,2/100 86,8/100
 Spagna	▼ 3,1% 4,5%	▲ 88,2/100 83,5/100
 Australia	▼ 2,7% 3,5%	▼ 89,9/100 90,7/100

Giugno 2025 a confronto con la Regione Toscana

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Italia	▼ 20,0% 39,3%	▲ 85,8/100 82,8/100
 Germania	▲ 11,3% 7,7%	▲ 88,1/100 83,4/100
 Francia	▲ 6,6% 4,7%	▲ 88,0/100 81,7/100
 Regno Unito	▲ 5,8% 5,0%	▲ 91,0/100 85,7/100
 Paesi Bassi	▲ 5,1% 3,2%	▲ 86,5/100 82,4/100

Con chi viaggiano in Toscana?



	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Stati Uniti	▲ 4,9% 4,0%	▲ 91,8/100 87,8/100
 Austria	▲ 4,4% 2,1%	▲ 85,9/100 83,8/100
 Svizzera	▲ 3,3% 3,1%	▲ 83,2/100 83,0/100
 Spagna	▲ 3,1% 2,6%	▲ 88,2/100 80,2/100
 Australia	▲ 2,7% 1,8%	▲ 89,9/100 86,0/100

Argomenti più discussi – Affitti Brevi

Giugno 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione centrale e strategica, ideale per esplorare la zona.
Ospitalità	Ospitalità calorosa e attenta, con host disponibili e cordiali.
Camera	Camere spaziose e confortevoli, ben arredate e pulite.

Aspetti da migliorare

Check-in e check-out	Processo di check-in e check-out semplice e flessibile per gli ospiti.
Parcheggio	Ampia disponibilità di parcheggio, comodo e sicuro per gli ospiti.



Argomenti più discussi – Affitti Brevi

Giugno 2024

Aspetti positivi

Posizione

Posizione centrale e tranquilla, ideale per esplorare San Gimignano.

Ospitalità

Accoglienza calorosa e ospitalità eccellente da parte dei proprietari.

Camera

Camere spaziose, pulite e confortevoli, con ottimi servizi e vista.

Aspetti da migliorare

Cucina

Cucina ben attrezzata, perfetta per preparare pasti e condividere momenti.

Parcheggio

Ottima disponibilità di parcheggio, sia gratuito che a pagamento nelle vicinanze.



Argomenti più discussi – Attrazioni

Giugno 2025

Aspetti positivi

Attività culturali	San Gimignano offre un ricco patrimonio medievale e storie affascinanti.
Posizione	San Gimignano è una pittoresca città medievale circondata da splendidi paesaggi.
Atmosfera	L'atmosfera è incantevole, con panorami mozzafiato e architettura storica.

Aspetti da migliorare

Pulizia	La pulizia è un problema in alcune aree, con servizi igienici scadenti.
Costi	Alcuni visitatori segnalano costi elevati e multe inaspettate.
Personale	Il personale varia, con esperienze positive e negative segnalate.



Argomenti più discussi – Attrazioni

Giugno 2024

Aspetti positivi

Posizione

San Gimignano offre panorami mozzafiato e un centro storico affascinante.

Attività culturali

Città ricca di storia e arte, con edifici storici ben conservati.

Atmosfera

Atmosfera vivace con locali e turisti che si mescolano nei caffè.

Aspetti da migliorare

Tempi di attesa

Attese brevi, due ore sono sufficienti per visitare.

Servizi

Servizi turistici limitati, ma negozi di qualità presenti.

Parcheggio

Parcheggi disponibili ai margini della città, ma a pagamento.



Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Giugno 2025

Aspetti positivi

Cibo	Cibo delizioso e autentico, con piatti tipici e ingredienti freschi.
Personale	Personale cordiale e professionale, attento alle esigenze dei clienti.
Posizione	Posizione incantevole, tranquilla e panoramica, lontana dal caos turistico.

Aspetti da migliorare

Costi	Prezzi ragionevoli, in linea con la qualità e l'esperienza offerta.
Servizi	Servizio veloce e attento, con ottime opzioni gastronomiche disponibili.
Coinvolgimento emotivo	Esperienze memorabili, calore e autenticità rendono ogni visita speciale.



Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Giugno 2024

Aspetti positivi

Cibo	Cibo delizioso e abbondante, piatti tipici ben preparati e apprezzati.
Posizione	Posizione suggestiva e panoramica, lontana dalle folle turistiche.
Ospitalità	Servizio eccellente, personale gentile e accogliente, ottima esperienza.

Aspetti da migliorare

Tempi di attesa	Attese lunghe e disordinate, specialmente nei periodi affollati.
Costi	Prezzi generalmente nella norma, giustificati dalla qualità e location.
Coinvolgimento emotivo	Atmosfera accogliente e piacevole, molti clienti entusiasti e soddisfatti.



DI/
AI **DESTINATIONS**

Aspetti positivi

Aspetti da migliorare

A word cloud of hotel amenities in Italian. The words are arranged in a circular pattern, with 'Posizione' and 'Camera' being the largest and most central. Other prominent words include 'Colazione', 'Atmosfera', 'Servizi', 'Pulizia', 'Cibo', 'Ospitalità', 'Personale', and 'Piscina e SPA'. Smaller words include 'Coinvolgimento emotivo', 'Check-in e check-out', 'Servizi igienici', 'Family friendly', 'Parcheggio', 'Bevande', 'Prenotazione', 'Mezzi di trasporto', 'Accessibilità', 'Intrattenimento', 'Connessione WiFi', 'Sostenibilità', 'Sicurezza', 'Costi', and 'Sicurezza'. The colors of the words vary, including shades of green, orange, red, and grey.

Coinvolgimento emotivo Check-in e check-out Servizi igienici

Costi Colazione Atmosfera Pulizia Family friendly

Sicurezza Servizi Cibo Parcheggio

Piscina e SPA Posizione Cibo Bevande

Ospitalità Personale Camera Prenotazione

Sostenibilità Connessione WiFi Intrattenimento Accessibilità Mezzi di trasporto

Argomenti più discussi – Ricettività

Giugno 2024

Aspetti positivi	Aspetti da migliorare
Posizione Posizione ideale per esplorare San Gimignano e godere di splendidi panorami.	Costi Prezzi competitivi, buona qualità rispetto al costo, ma alcune lamentele.
Ospitalità Accoglienza calorosa e personale attento, rendono il soggiorno memorabile.	Parcheggio Ampio parcheggio disponibile, comodo e gratuito nelle vicinanze.
Personale Personale cordiale e disponibile, sempre pronto ad aiutare gli ospiti.	Servizi Servizi vari e utili, inclusi ristorazione e attività ricreative disponibili.



Argomenti più discussi – Commercio

Giugno 2025

Aspetti positivi

Beni di consumo	Ampia selezione di prodotti unici, ma anche articoli di bassa qualità.
Ospitalità	Accoglienza variabile, con personale gentile e altri poco disponibili.

Aspetti da migliorare

Costi	Prezzi più alti del previsto, con spese per servizi e prodotti.
Servizi	Servizi misti, con alcune mancanze e buone esperienze di consegna.
Cibo	Degustazioni di vino e formaggio ottime, ma cibo a volte deludente.

Coinvolgimento emotivo Servizi Pulizia
Cibo **Personale** Atmosfera
Posizione **Ospitalità** **Beni di consumo** **Costi**

Analisi delle OTA

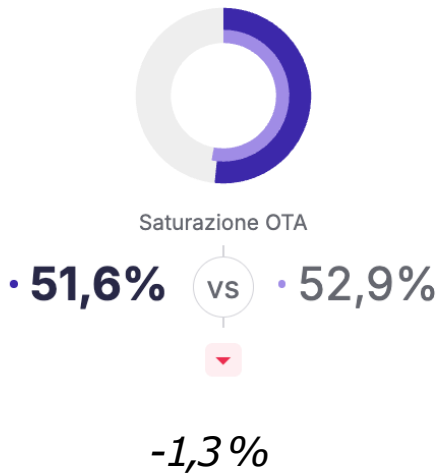
Saturazione s Prezzi OTA

Confronto tra giugno 2025 vs giugno 2024

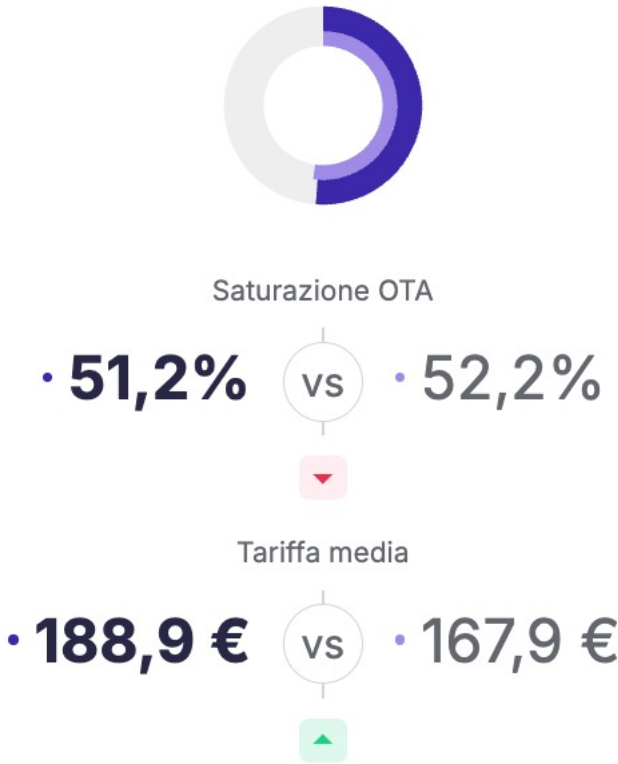
Tariffa media



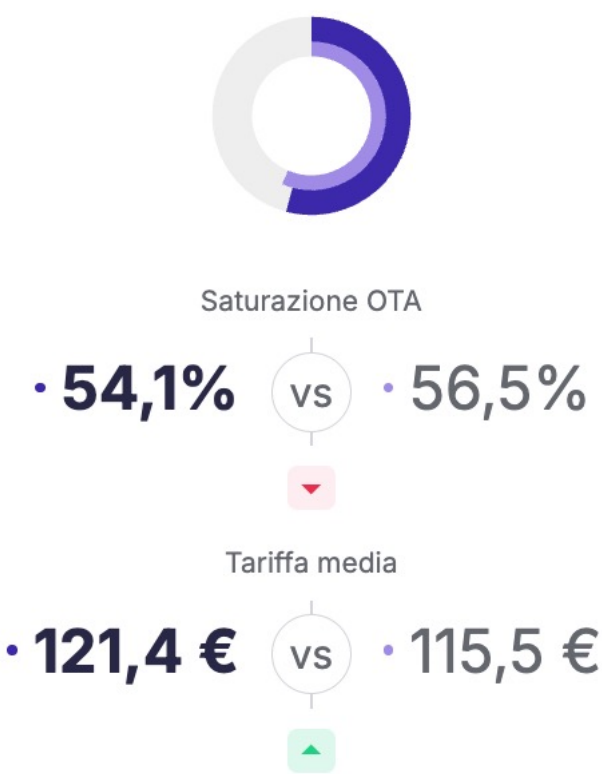
Saturazione OTA



Ricettività



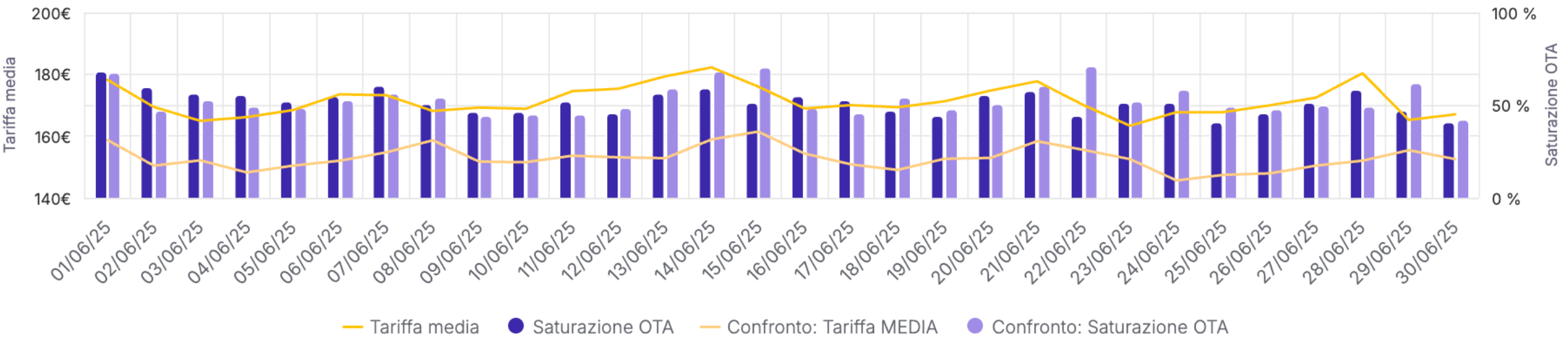
Affitti brevi



Saturazione s Prezzi OTA

Confronto tra giugno 2025 vs giugno 2024

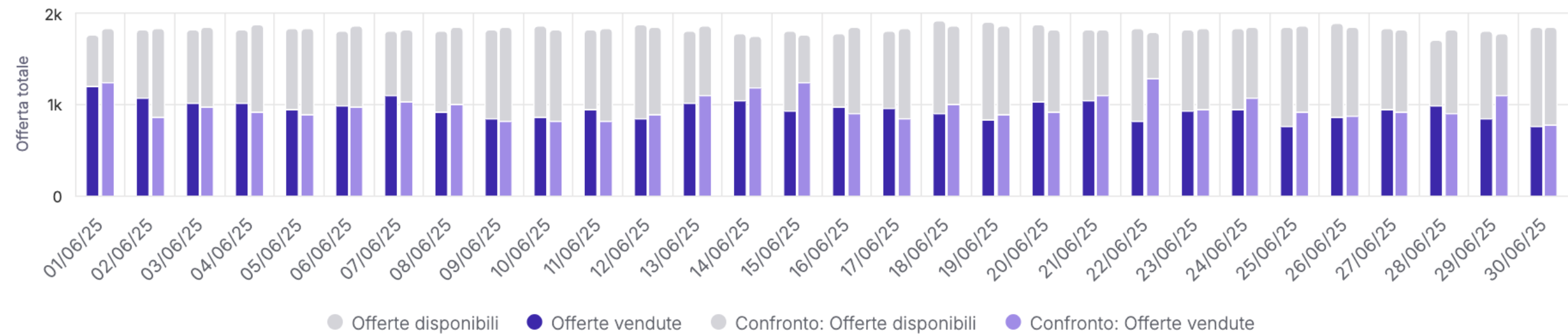
Tariffe medie e tasso di saturazione sulle OTA



Saturazione s Prezzi OTA

Confronto tra giugno 2025 vs giugno 2024

Offerte pubblicate sulle OTA



Sostenibilità

Indice di Sostenibilità della Destinazione

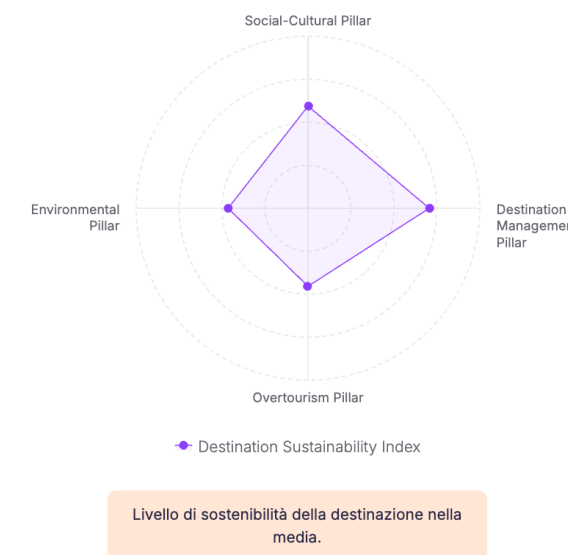
Il **Destination Sustainability Index** è un framework, composto da 4 pillar, utilizzato per valutare e misurare le prestazioni di sostenibilità di una destinazione, attraverso l'analisi di fonti di dati proprietarie ed esterne. L'indice mira a fornire una valutazione completa degli sforzi di sostenibilità, consentendo confronti tra diverse destinazioni e servendo come guida per prendere decisioni informate e intraprendere azioni verso pratiche sostenibili.

Social-Cultural Pillar

Il Social-Cultural Pillar si concentra sugli effetti del turismo sia sugli aspetti sociali che culturali di una destinazione, come la presenza e la qualità delle aree verdi urbane, la vitalità culturale e la reputazione della destinazione, e l'accessibilità generale in termini di trasporto pubblico. Attraverso l'analisi di dati proprietari, l'indice mira a fornire preziose informazioni per promuovere comunità inclusive e lo sviluppo sostenibile.

Destination Management Pillar

Il Destination Management Pillar ha come obiettivo la valutazione della soddisfazione dei visitatori in base alla loro esperienza presso i vari punti di interesse all'interno della destinazione. Questo pillar pone particolare enfasi sulla percezione complessiva che i visitatori hanno, sulla fiducia che sviluppano e sul conseguente successo che la destinazione turistica può ottenere.



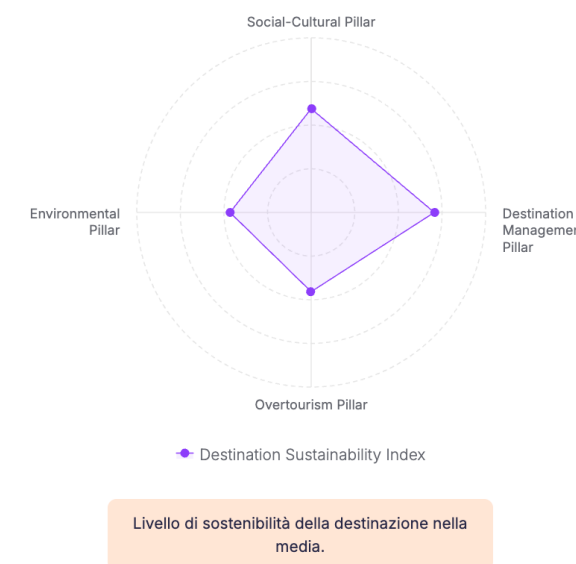
Indice di Sostenibilità della Destinazione

Overtourism Pillar

L'Overtourism Pillar si concentra sulla valutazione dell'impatto di flussi turistici eccessivi o mal gestito in una destinazione. Utilizza diversi indicatori, tra cui i flussi turistici stessi, le pressioni sull'offerta turistica e l'impatto sulla soddisfazione delle comunità ospitanti. Inoltre, viene considerata la percentuale di alloggi prenotati tramite OTA. Gli indicatori sono derivati da un mix di dati, come il sentiment, l'analisi delle tracce digitali, dei POi e la densità di popolazione.

Environmental Pillar

L'Environmental Pillar, rappresenta uno dei cardini fondamentali della sostenibilità che valuta l'impatto e la gestione delle attività umane sull'ecosistema della destinazione. Questo pillar si basa sui dati aperti forniti dal programma di osservazione della Terra Copernicus dell'Unione Europea, che fornisce informazioni preziose sull'ambiente globale.



Indice di Sostenibilità delle Destinazioni

Confronto giugno 2025 vs giugno 2024

Destination sustainability index

Questo indice misura il livello di performance in termini di sostenibilità nella tua destinazione.



Destination Sustainability Index	53,9/100
Social-Cultural Pillar	61,4/100
Destination Management Pillar	74,4/100
Overtourism Pillar	45,7/100
Environmental Pillar	46,5/100

Social-cultural pillar

Questo pillar valuta l'impatto del turismo sugli aspetti sociali e culturali della destinazione.



Social-Cultural Pillar	61,4/100
Cultural Index	68,2/100
Urban Green Index	44,4/100
Public Transportation Index	24,9/100
Inclusivity Index	91,4/100

Destination management pillar

Questo pillar valuta la soddisfazione dei visitatori in base alla loro esperienza presso i vari punti di interesse all'interno della destinazione.



Destination Management Pillar	74,4/100
Sentiment Index	87,8/100
Travel barometer Index	82,4/100
Seasonal Balance Index	15,3/100

Indice di Sostenibilità delle Destinazioni

Confronto giugno 2025 vs giugno 2024

Overtourism pillar

Questo pillar valuta l'impatto del turismo eccessivo in una destinazione.



Overtourism Pillar

▲ 45,4 / 100
45,2 / 100

Tourism Pressure Index

▲ 55,8 / 100
55,5 / 100

Tourism Supply Pressure Index

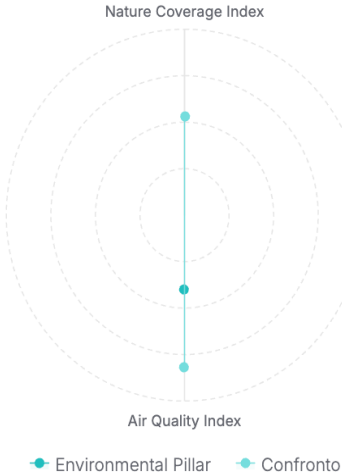
▼ 45,2 / 100
45,9 / 100

OTA Intermediary Index

▲ 25,0 / 100
23,4 / 100

Environmental pillar

Questo pillar rappresenta valuta l'impatto e la gestione delle attività umane sull'ecosistema della destinazione.



Environmental Pillar

▼ 46,5 / 100
67,5 / 100

Nature Coverage Index

= 53,1 / 100
53,1 / 100

Air Quality Index

▼ 40,0 / 100
81,8 / 100

Spesa (VISA)

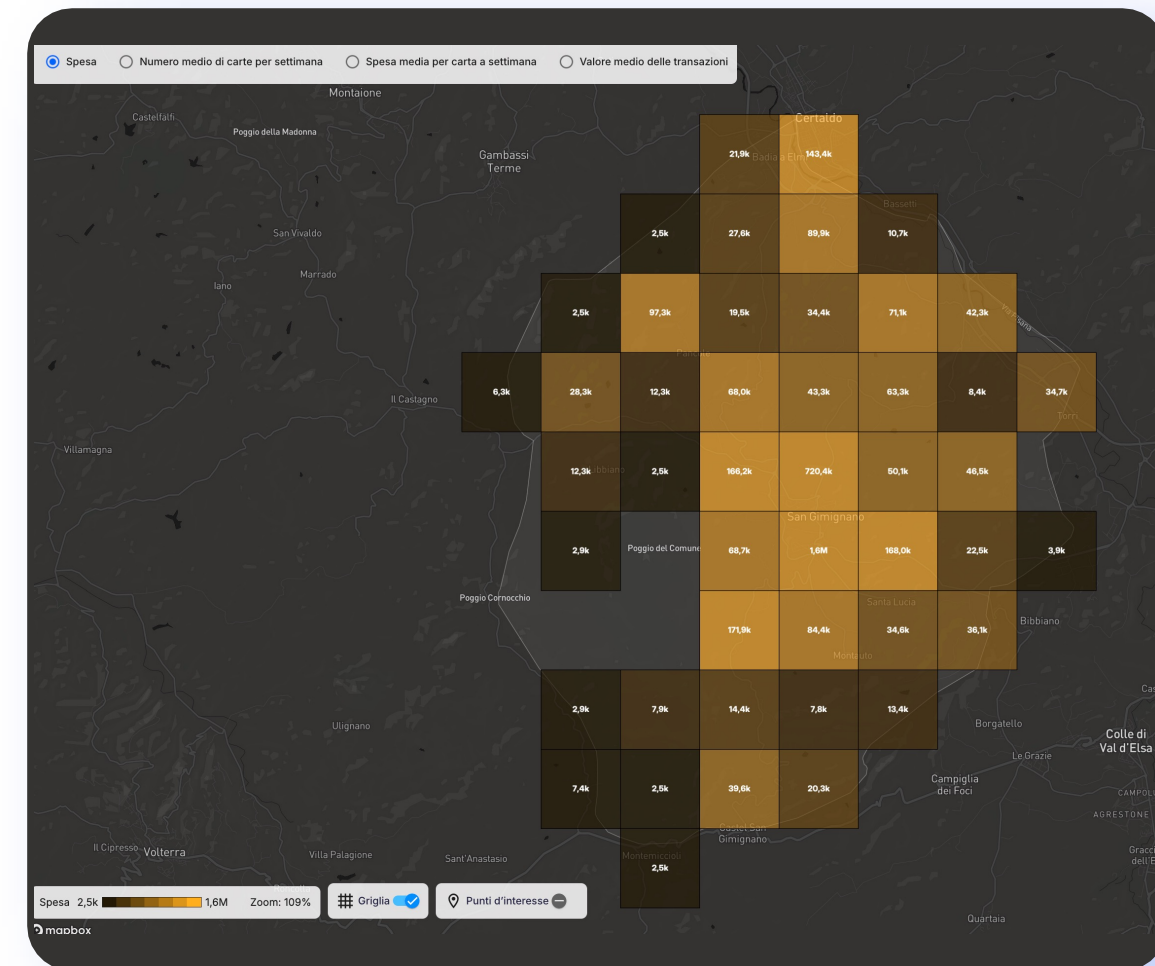
I dati sulla spesa sono forniti in partnership con VISA. La stima riportata dal Comune di San Gimignano proviene dai dati aggregati rielaborati da The Data Appeal Company, a partire dai dati di spesa forniti da Visa Government Insights Hub per il periodo di **Maggio 2025** e incorpora dati provenienti da altre fonti di ricerca indipendenti.

Vengono illustrate - a livello di micro-zona – informazioni sui volumi e sulla quantità di transazioni con carta di credito registrate sul territorio nel periodo di riferimento. I dati vengono dettagliati a livello di:

- Industria (ricettività, locali e ristorazione, intrattenimento, shopping, alimentari)
- Paese di provenienza
- Tipologia di visitatore (business vs leisure)

Si tratta di un asset fondamentale per comprendere al meglio il comportamento dei visitatori. Questa comprensione è dunque fondamentale per la pianificazione territoriale e infrastrutturale, nonché per orientare le strategie di investimento e i servizi offerti sulla destinazione.

I dati di questa sezione sono aggregati su base settimanale e vengono aggiornati con un lag di circa 30 giorni.

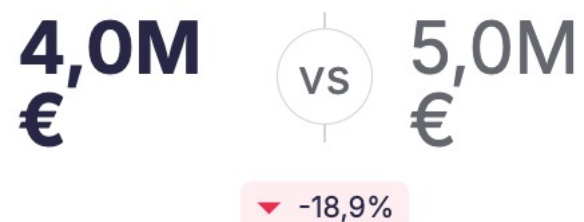


Disclaimer: I dati visualizzati in questo modulo possono essere condivisi pubblicamente o esternamente previa autorizzazione di Data Appeal per sole finalità di consultazione.

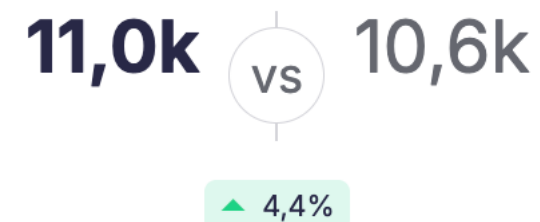
Numero e importi delle transazioni

🕒 Confronto maggio 2025 vs maggio 2024

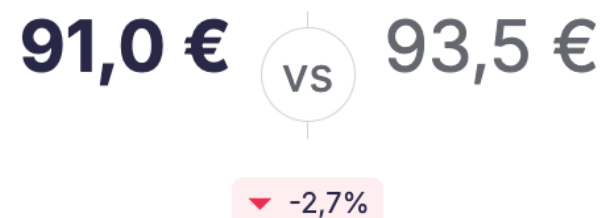
Volume complessivo di spesa



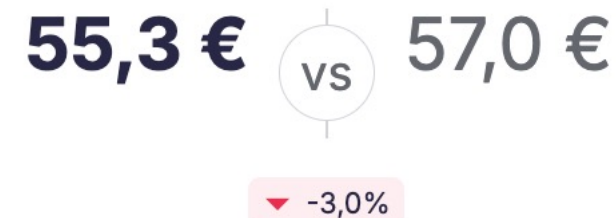
Numero medio di carte per settimana



Spesa media per carta a settimana



Valore medio delle transazioni

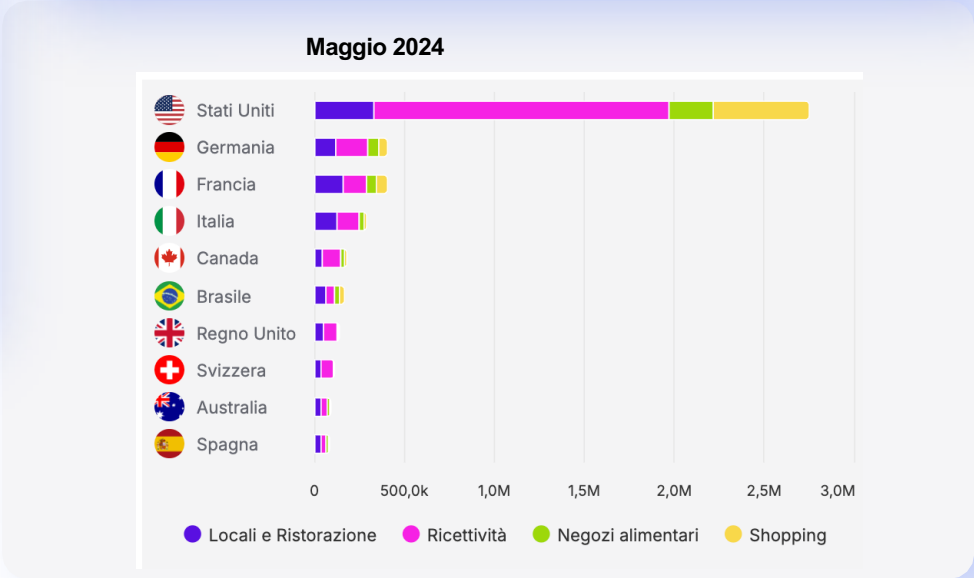
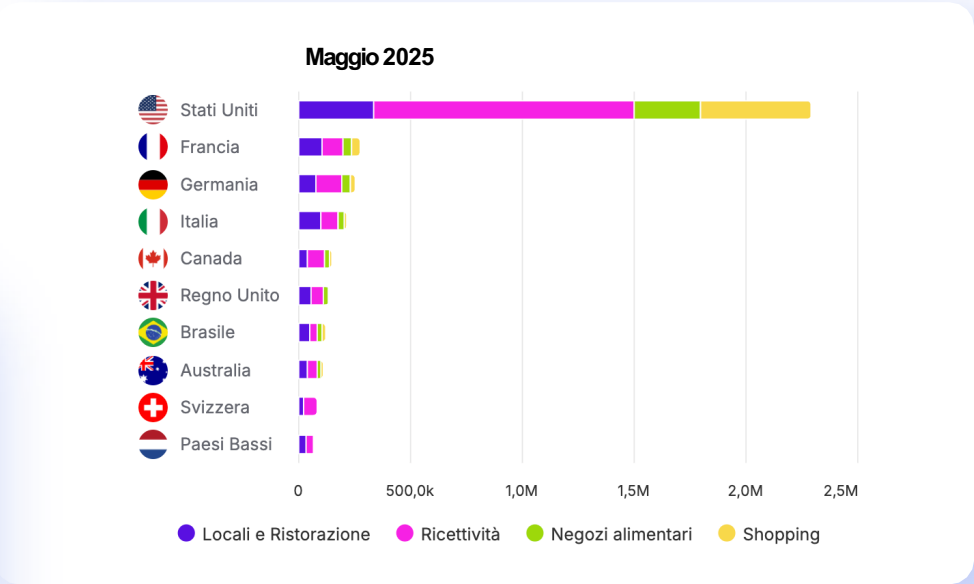


Distribuzione della spesa per paese di provenienza

🕒 Confronto Maggio 2025 vs Maggio 2024

Dettaglio per top 5 paesi di origine

		Spesa ↓	Numero medio di carte per settimana	Spesa media per carta a settimana	Valore medio delle transazioni
 Stati Uniti		▼ 2,3M €	▲ 4,4k	▼ 130,9 €	▼ 79,1 €
		2,8M €	4,1k	134,3 €	82,5 €
 Francia		▼ 276,2k €	▼ 1,0k	▲ 68,0 €	▲ 42,5 €
		404,2k €	1,2k	67,1 €	41,7 €
 Germania		▼ 255,4k €	▼ 862	▼ 74,0 €	▼ 44,2 €
		407,5k €	1,1k	77,4 €	46,8 €
 Italia		▼ 216,1k €	▲ 769	▼ 69,7 €	▼ 42,5 €
		289,9k €	682	84,1 €	52,7 €
 Canada		▼ 150,7k €	▲ 412	▼ 91,0 €	▼ 54,4 €
		181,2k €	374	96,9 €	57,0 €



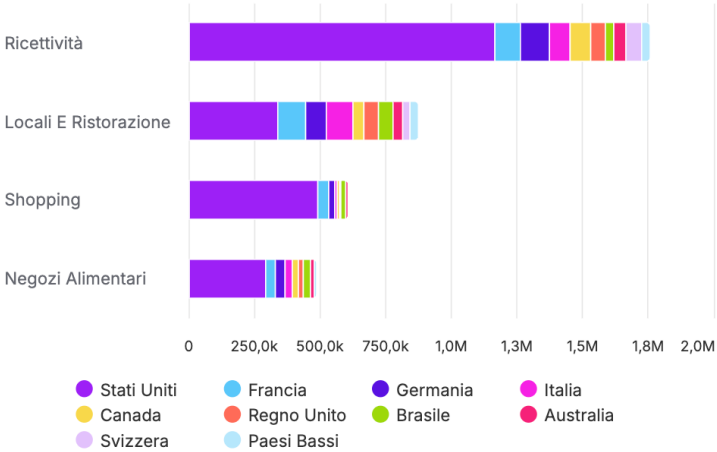
Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto maggio 2025 vs maggio 2024

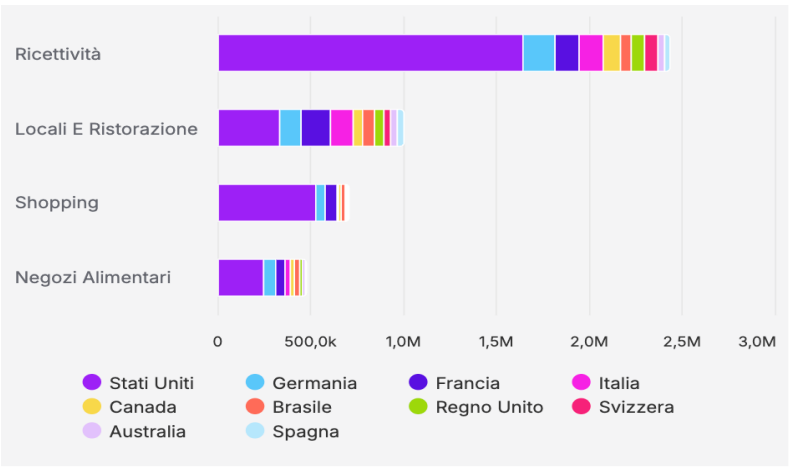
Dettaglio per industria

	Spesa ↓	Numero medio di carte per settimana	Spesa media per carta a settimana	Valore medio delle transazioni
🏠 Ricettività	1,8M € 2,5M €	1,4k 1,5k	319,6 € 341,7 €	193,8 € 206,6 €
🍴 Locali e Ristorazione	1,0M € 1,2M €	4,3k 4,6k	59,5 € 51,0 €	34,9 € 30,6 €
🛍 Shopping	623,4k € 718,7k €	2,0k 2,0k	78,2 € 73,1 €	48,4 € 46,8 €
🛒 Negozi alimentari	556,0k € 540,8k €	3,3k 2,5k	41,7 € 42,5 €	25,5 € 26,4 €

Maggio 2025



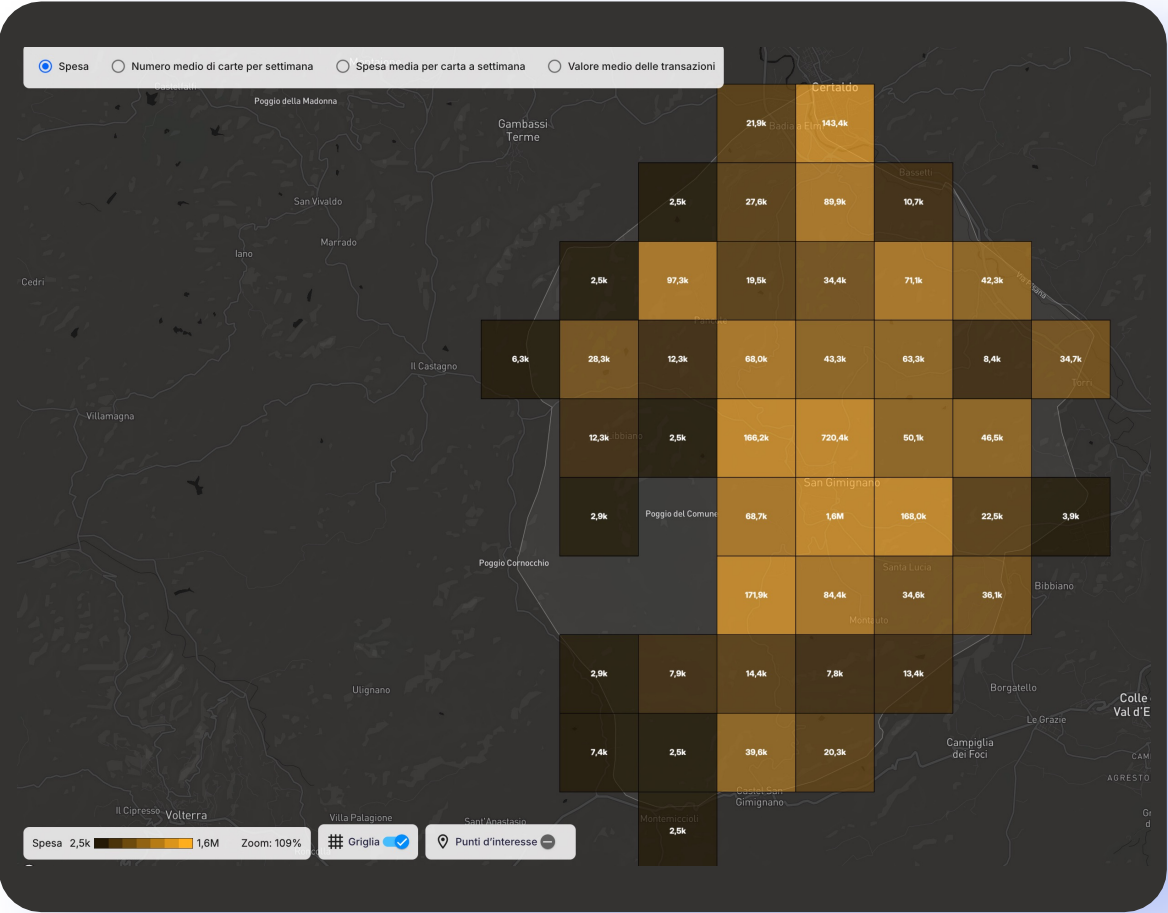
Maggio 2024



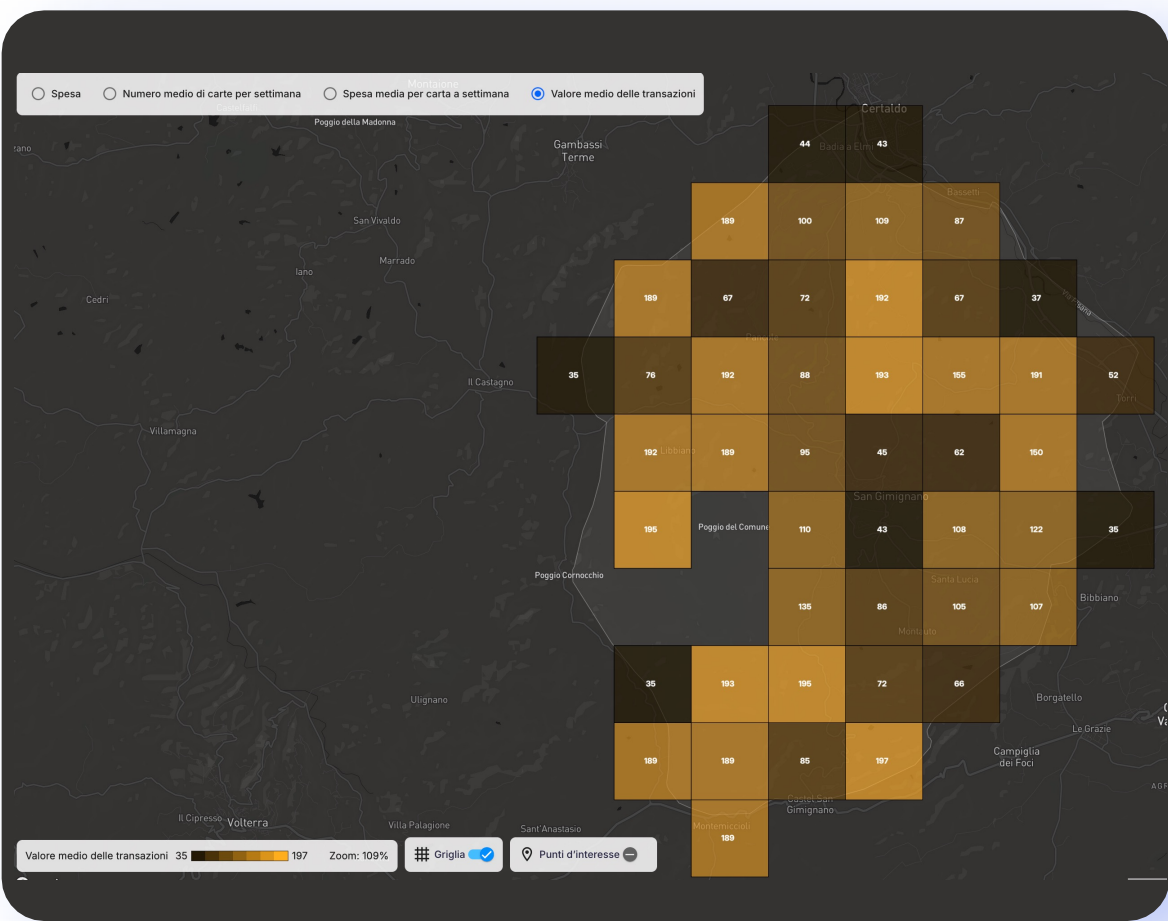
Distribuzione della spesa per settore

Confronto maggio 2025 vs maggio 2024

Volume complessivo di spesa



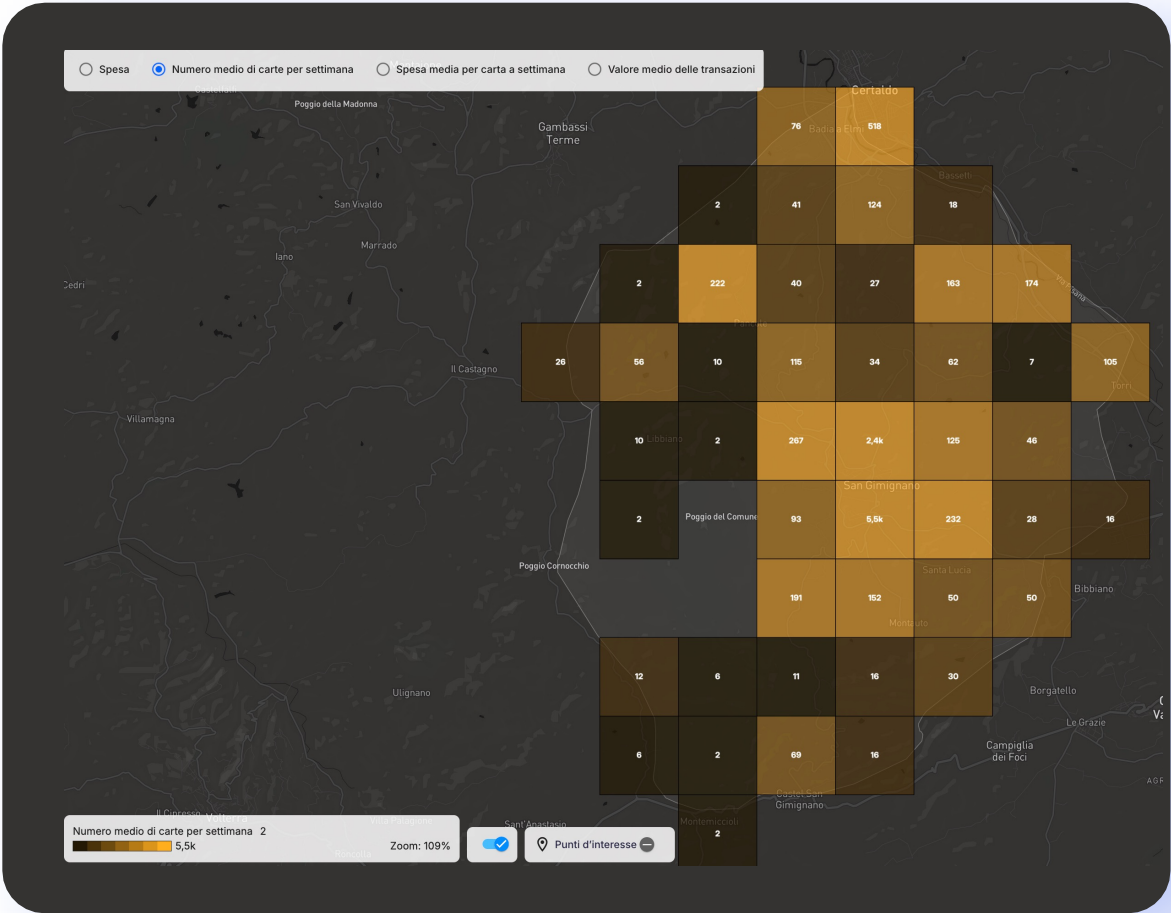
Valore medio delle transazioni



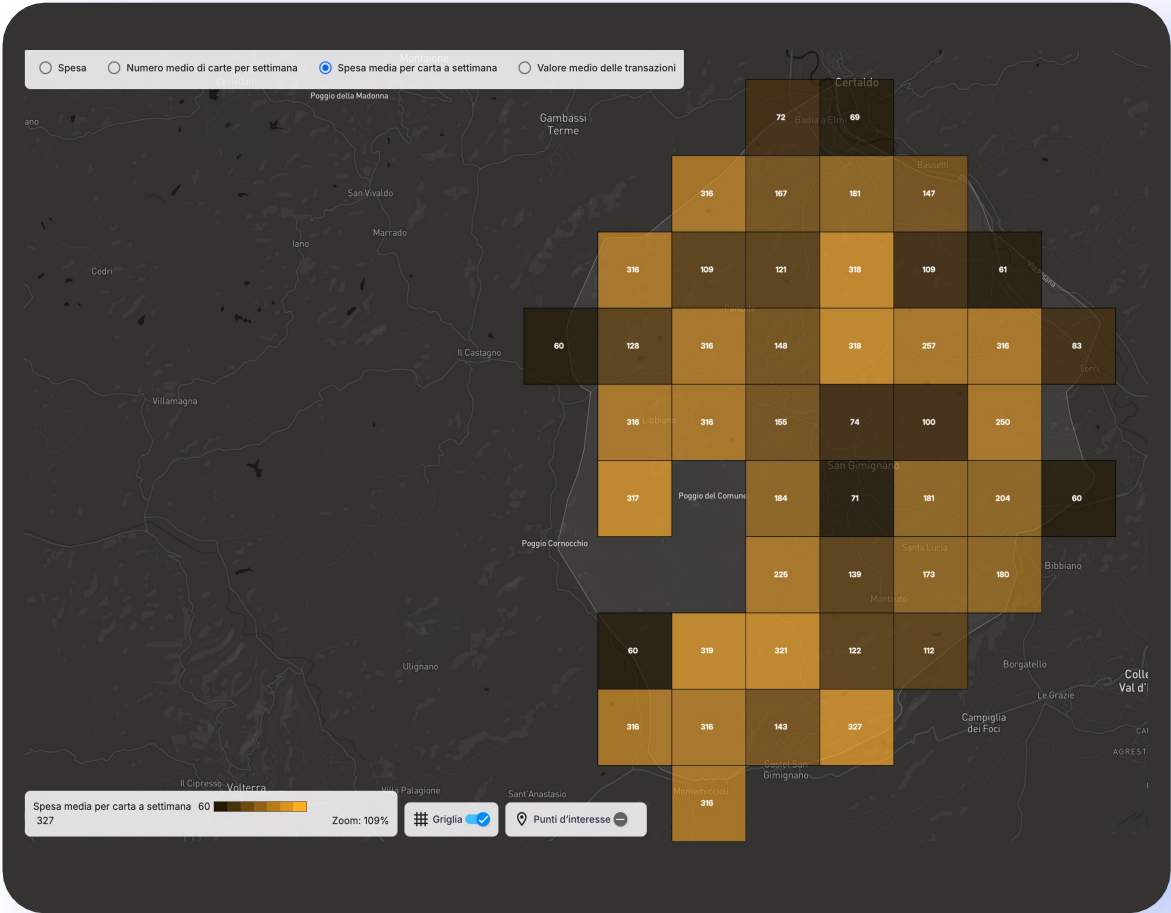
Distribuzione della spesa per settore

Confronto maggio 2025 vs maggio 2024

Numero medio di carte per settimana



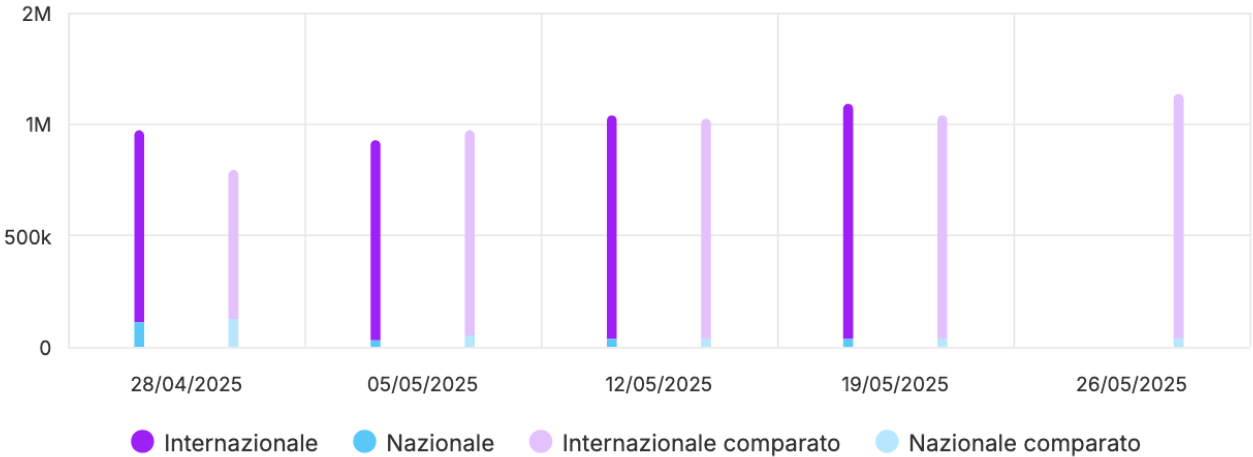
Spesa media per carta a settimana



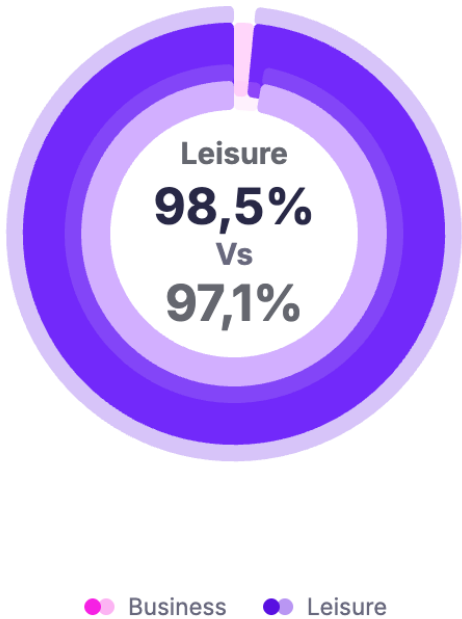
Distribuzione della spesa per origine e profilo

🕒 Confronto maggio 2025 vs maggio 2024

Nazionale VS Internazionale



Business VS Leisure





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, giudizi, 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 **D/AI Destinations**, di modo che ogni tipologia di utente abbia la possibilità di leggere tutte le informazioni necessarie in maniera autonoma.

Per maggiori informazioni: support@datappeal.io



Comune di San Gimignano
Piazza del Duomo n.2
53037 San Gimignano (SI)



sangimignano.eu

Copyright 2025 // All right reserved - Sono vietati la riproduzione e
l'extrapolazione di parti senza la presenza di un'autorizzazione scritta.