

SAN GIMIGNANO

Report di Destinazione: Comune di San Gimignano

Cosa raccontano le tracce digitali?

MONITORAGGIO DELLA DESTINAZIONE
LUGLIO 2025



Comune di
San Gimignano

SAN
GIMIGNANO

THE DATA APPEAL COMPANY

ALMAWAVE
GROUP

unesco
Sito del
Patrimonio Mondiale



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: Luglio 2025

Periodo di confronto: Luglio 2024

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

Sintesi dei risultati:

- **Volume delle tracce digitali:** diminuzione generale dell'attività online relativa alla destinazione, rispetto a luglio 2024
- **Sentiment:** percezione prevalentemente positiva della destinazione, con un lieve incremento di + 1.0 punti rispetto a luglio 2024.
- **Mercati di Provenienza:** la maggioranza dei visitatori proviene da mercati europei consolidati, Germania, Regno Unito, Francia, Si rilevano Sentiment simili per le diverse nazionalità.
- **Piattaforme OTA:** flessione del tasso di saturazione (- 7,9%), e aumento delle tariffe medie (+ 7,2%) rispetto a luglio 2024.
- **Sostenibilità:** equilibrio positivo nella media tra sviluppo turistico e sostenibilità. Rispetto a luglio 2024, si registra un buon incremento complessivo (+ 7,0%), con una crescita osservata in tutte le aree, in particolare nell'area socio-culturale, che mostra un aumento significativo del + 25,6%.
- **Spesa turistica (dati VISA)** luglio 2025 vs luglio 2024: volume di spesa in calo rispetto a luglio 2024 (- 16,5%). Diminuisce anche la spesa media settimanale per carta (- 1,0%), mentre si registra un aumento nel numero di carte registrate (+ 4,8%).

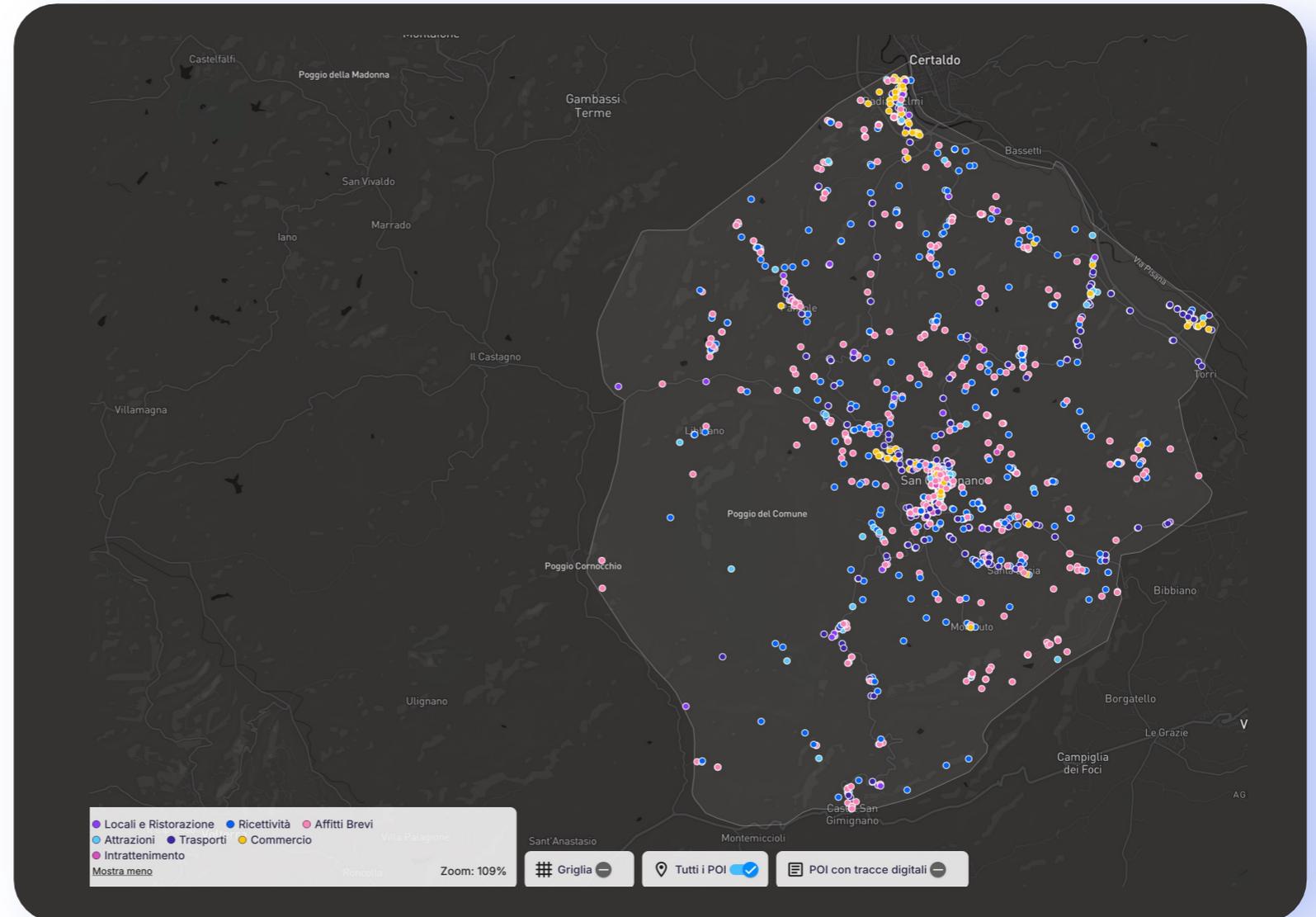
Area geografica e punti di interesse analizzati



Comune di San Gimignano



Luglio 2025



Distribuzione delle tracce digitali

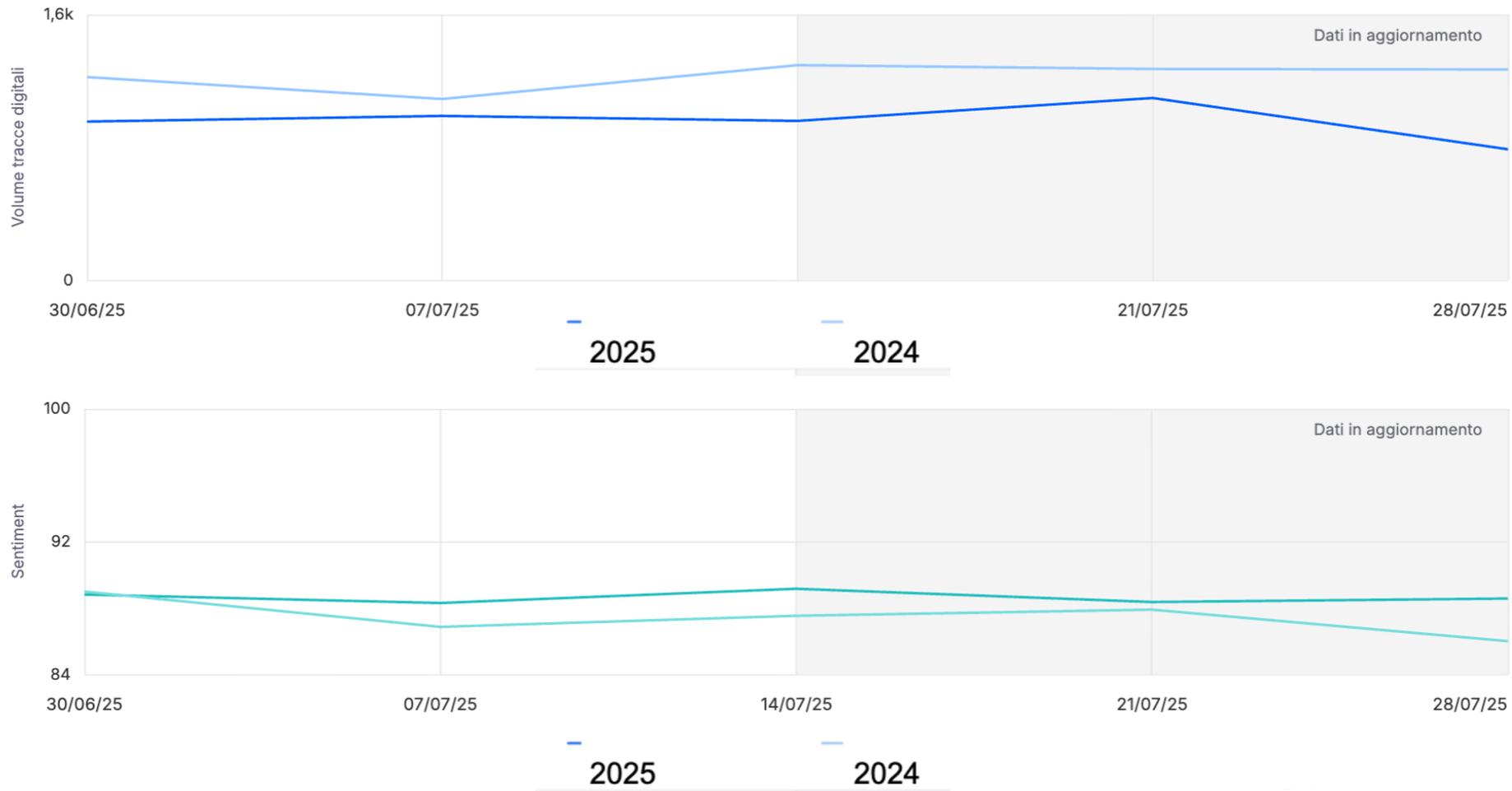
Confronto tra luglio 2025 vs luglio 2024

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 **4,3k** VS **5,4k**

Settimanale



Distribuzione delle tracce digitali

Confronto tra luglio 2025 vs luglio 2024

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

4,3k VS 5,4k



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

	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🏨 Ricettività	51,0%	▼ 2,2k	▲ 88,2/100
	47,5%	2,6k	87,2/100
🍴 Locali e Ristorazione	30,0%	▼ 1,3k	▲ 87,5/100
	30,9%	1,7k	87,1/100
🏠 Affitti Brevi	11,6%	▼ 502	▲ 91,6/100
	13,7%	743	89,6/100
🏛️ Attrazioni	5,0%	▼ 216	▲ 92,7/100
	4,9%	268	92,3/100
🚗 Trasporti	1,8%	▼ 77	▲ 90,0/100
	1,7%	90	82,3/100
🏪 Commercio	0,7%	▼ 28	▲ 89,1/100
	1,3%	73	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:

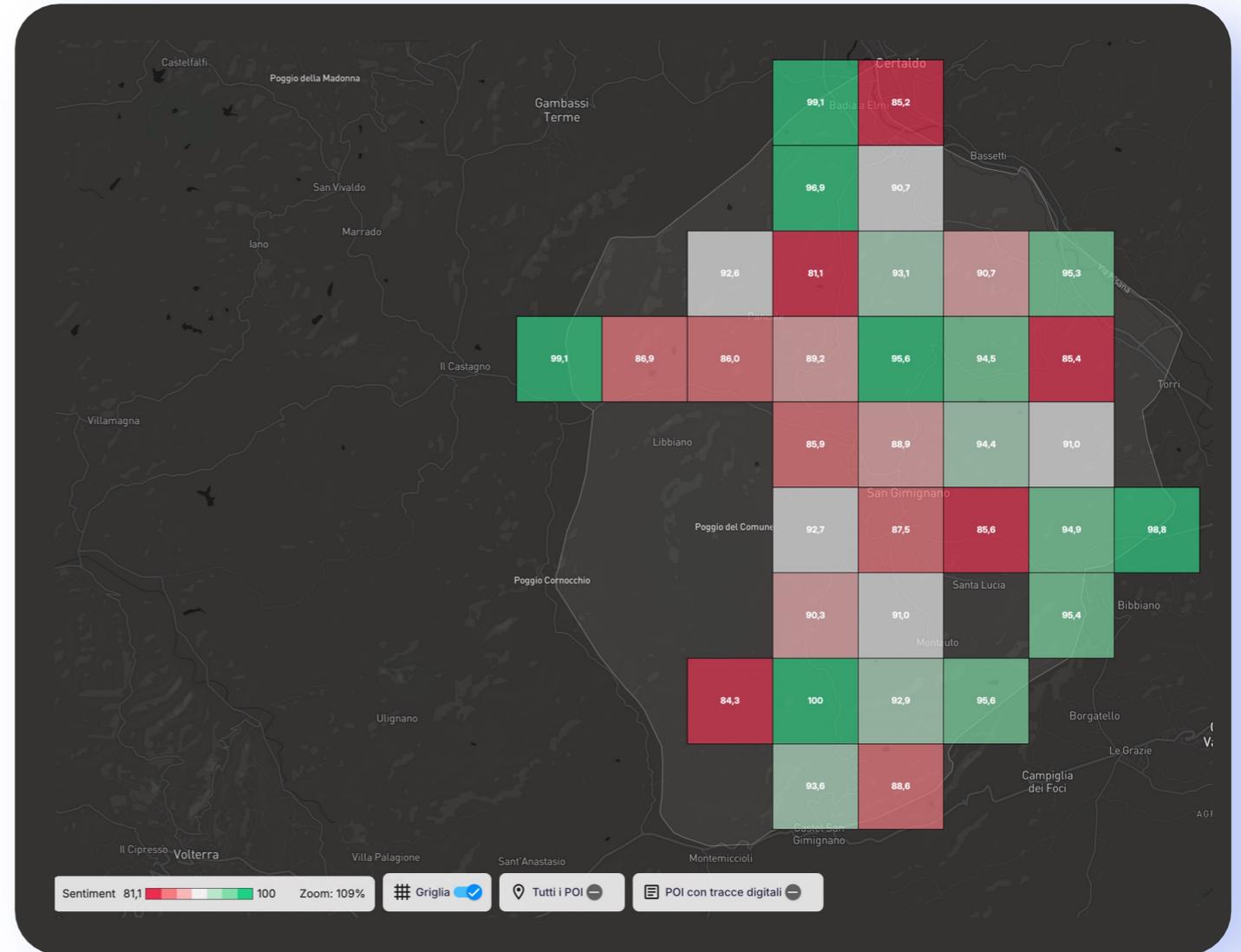
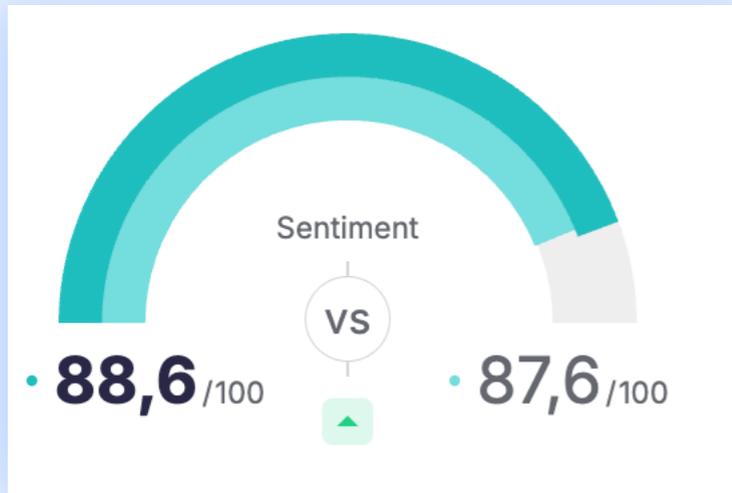
- 1-20: Molto Negativo
- 21-40: Abbastanza Negativo
- 41-60: Neutro
- 61-80: Abbastanza Positivo
- 81-100: Molto Positivo

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.



Sentiment Index: Mappa Territoriale

Confronto tra luglio 2025 vs luglio 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.

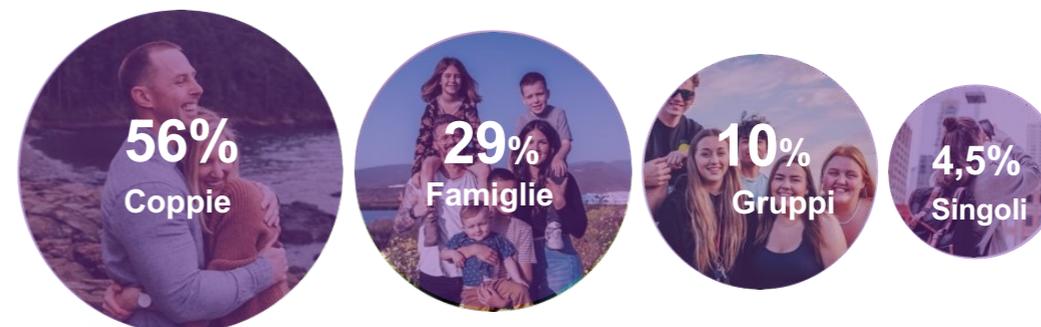
Mercati e Visitatori

Confronto luglio 2025 vs luglio 2024

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali	↓ Sentiment
Italia	21,5% 22,7%	87,4/100 86,0/100
Germania	8,0% 10,0%	88,5/100 86,5/100
Regno Unito	6,9% 6,4%	91,9/100 85,8/100
Francia	5,5% 5,5%	82,7/100 86,7/100
Paesi Bassi	4,4% 4,8%	85,8/100 85,9/100

Con chi viaggiano?



	Distribuzione tracce digitali	↓ Sentiment
Spagna	4,0% 4,4%	82,4/100 85,7/100
Stati Uniti	3,6% 3,5%	88,7/100 91,5/100
Svizzera	3,5% 2,4%	86,7/100 87,4/100
Polonia	3,5% 3,2%	89,9/100 91,2/100
Australia	3,1% 3,2%	92,4/100 88,0/100

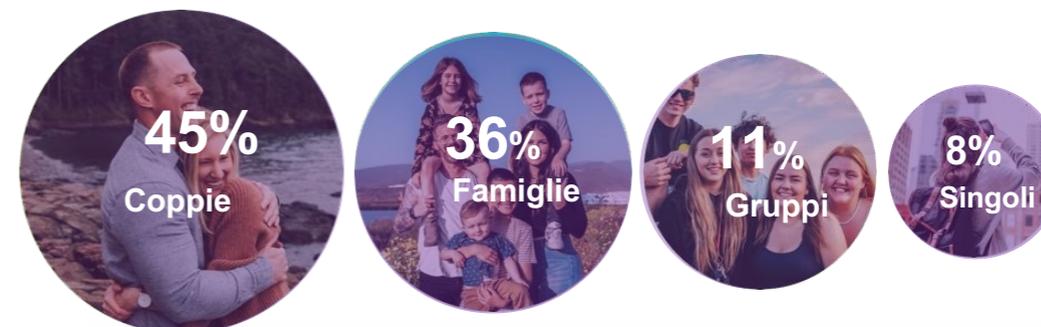
Mercati e Visitatori

Luglio 2025 a confronto con la Regione Toscana

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali	↓ Sentiment
Italia	21,5% 38,5%	87,4/100 83,1/100
Germania	8,0% 6,9%	88,5/100 82,5/100
Regno Unito	6,9% 4,7%	91,9/100 85,2/100
Francia	5,5% 4,7%	82,7/100 81,4/100
Paesi Bassi	4,4% 3,3%	85,8/100 82,3/100

Con chi viaggiano in Toscana?



	Distribuzione tracce digitali	↓ Sentiment
Spagna	4,0% 3,3%	82,4/100 80,3/100
Stati Uniti	3,6% 3,5%	88,7/100 86,3/100
Svizzera	3,5% 2,9%	86,7/100 81,9/100
Polonia	3,5% 2,6%	89,9/100 86,9/100
Australia	3,1% 1,9%	92,4/100 86,1/100

Argomenti più discussi – Affitti Brevi

Luglio 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione centrale e tranquilla, ideale per esplorare San Gimignano.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e disponibilità dei proprietari per ogni esigenza.
Coinvolgimento emotivo	Esperienze indimenticabili, ospitalità calorosa e desiderio di tornare.

Aspetti da migliorare

Cucina	Cucina ben attrezzata, perfetta per preparare pasti e godere della vista.
Check-in e check-out	Check-in e check-out semplici, con istruzioni chiare e assistenza disponibile.
Parcheggio	Parcheggio privato e comodo, soluzione ideale per visitare la città.



Argomenti più discussi – Affitti Brevi

Luglio 2024

Aspetti positivi

Posizione	Posizione ideale, vicino a ristoranti e attrazioni, immersa nella bellezza toscana.
Ospitalità	Ospitalità eccezionale, host disponibili e attenti alle esigenze degli ospiti.
Coinvolgimento emotivo	Esperienze positive, accoglienza calorosa e ricordi indimenticabili durante il soggiorno.

Aspetti da migliorare

Parcheggio	Facilità di parcheggio vicino all'alloggio, opzioni sicure e comode disponibili.
Cucina	Cucina ben attrezzata, ottima per preparare pasti e condividere momenti conviviali.



Argomenti più discussi – Attrazioni

Luglio 2025

Aspetti positivi

Attività culturali Ricca di storia e arte, San Gimignano offre esperienze culturali uniche.

Posizione Posizione incantevole con viste mozzafiato sulla campagna toscana.

Atmosfera Atmosfera magica e vivace, con splendidi panorami e angoli tranquilli.

Aspetti da migliorare

Tempi di attesa Consigliato arrivare presto per evitare lunghe attese e affollamenti.

Parcheggio Servizi Personale Prenotazione
Cibo Coinvolgimento emotivo Costi
Attività culturali Ospitalità Pulizia
Tempi di attesa **Atmosfera** **Posizione**
Mezzi di trasporto Accessibilità

Argomenti più discussi – Attrazioni

Luglio 2024

Aspetti positivi

Attività culturali	San Gimignano offre un affascinante mix di storia, arte e bellezze medievali.
Posizione	La città è famosa per le sue viste panoramiche e l'architettura storica.
Cibo	Celebre per il gelato e la cucina toscana, offre delizie culinarie uniche.

Aspetti da migliorare

Personale Mezzi di trasporto
Cibo **Coinvolgimento emotivo** Servizi
Attività culturali
Pulizia Costi **Atmosfera** **Posizione**

Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Luglio 2025

Aspetti positivi

Cibo	Cibo delizioso e vario, con piatti tipici e ingredienti freschi di qualità.
Personale	Personale cordiale e attento, pronto a soddisfare ogni richiesta degli ospiti.
Atmosfera	Ambiente accogliente e piacevole, ideale per serate rilassanti e conviviali.

Aspetti da migliorare

Costi	Prezzi giusti per la qualità e l'esperienza offerta, considerati nella norma.
Servizi	Servizio rapido ed efficiente, con ottime strutture e disponibilità per gruppi.



Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Luglio 2024

Aspetti positivi

Cibo	Cibo di alta qualità, piatti toscani deliziosi e abbondanti.
Personale	Personale gentile e professionale, sempre disponibile e accogliente.
Atmosfera	Ambiente rilassante e accogliente con splendide viste toscane.

Aspetti da migliorare

Tempi di attesa	Attese lunghe ma servizio rapido, vale la pena aspettare.
Costi	Prezzi onesti e buono rapporto qualità-prezzo per la qualità offerta.
Coinvolgimento emotivo	Esperienze memorabili e accoglienti, clienti soddisfatti e felici.



Argomenti più discussi – Ricettività

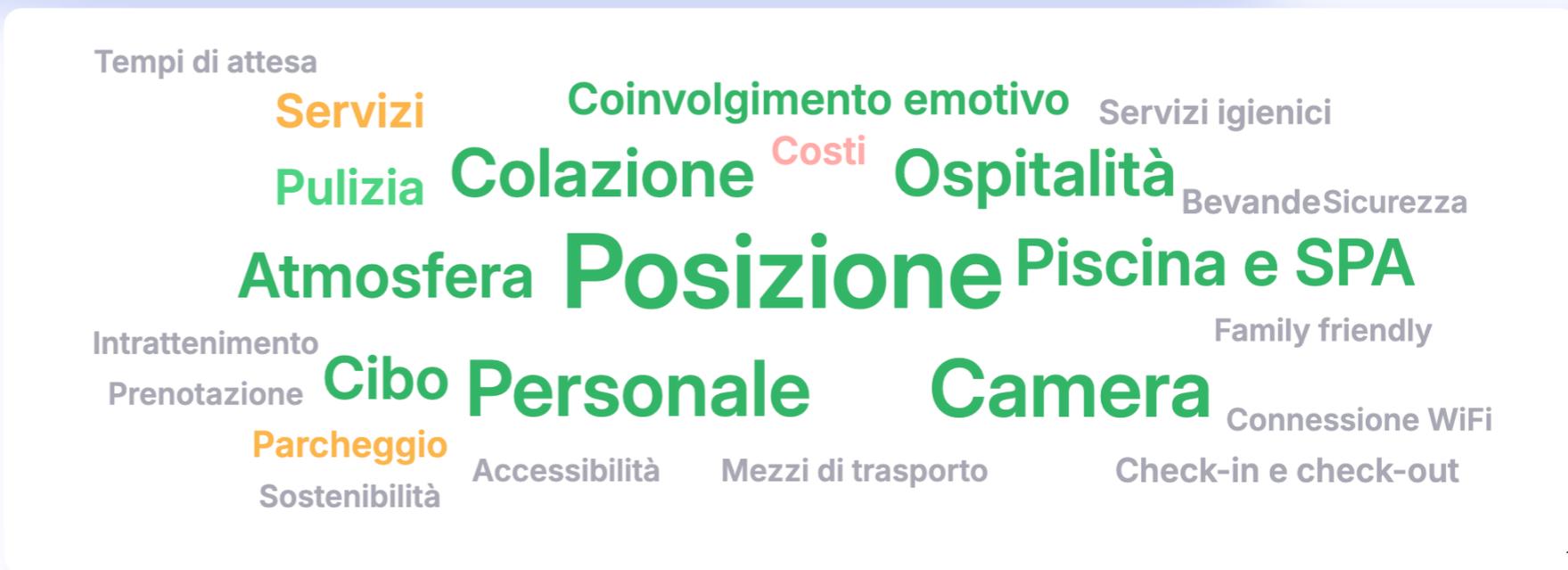
Luglio 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione ideale, immersa nella natura e vicina a San Gimignano.
Personale	Personale cordiale e disponibile, pronto a soddisfare ogni esigenza.
Ospitalità	Ospitalità calorosa e accogliente, con personale sempre disponibile e attento.

Aspetti da migliorare

Costi	Prezzi variabili e talvolta eccessivi rispetto ai servizi offerti.
Parcheggio	Parcheggio ampio e ben posizionato, con opzioni gratuite nelle vicinanze.
Servizi	Servizi vari e utili, come piscina, giardino e degustazioni di vino.



Argomenti più discussi – Ricettività

Luglio 2024

Aspetti positivi

Posizione	Posizione eccellente, ideale per esplorare la bellezza della Toscana.
Personale	Staff molto cordiale e attento, contribuendo a un soggiorno piacevole.
Ospitalità	Personale accogliente e disponibile, creando un'atmosfera familiare.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici	Bagni necessitano di ristrutturazione e miglioramenti per comfort.
Costi	Prezzi considerati elevati rispetto ai servizi offerti e qualità.
Parcheggio	Parcheggio comodo e disponibile, con opzioni gratuite nelle vicinanze.

Interazione host



Argomenti più discussi – Commercio

Luglio 2025

Aspetti positivi

Coinvolgimento emotivo Esperienze indimenticabili e legami speciali creati attraverso la fotografia e l'ospitalità.

Personale Personale professionale e cordiale, ma con alcune esperienze deludenti.

Cibo Cibo delizioso, in particolare focacce fresche e formaggi di alta qualità.

Aspetti da migliorare

Atmosfera Ambiente accogliente e piacevole, perfetto per esplorare e rilassarsi.

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

Analisi delle OTA

Saturazione s Prezzi OTA

Confronto tra luglio 2025 vs luglio 2024

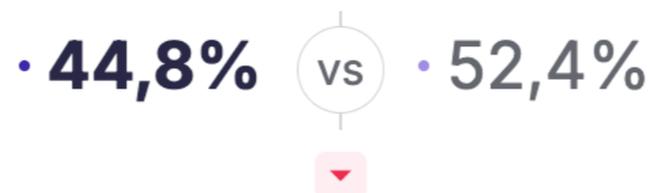
Tariffa media



Ricettività



Saturazione OTA



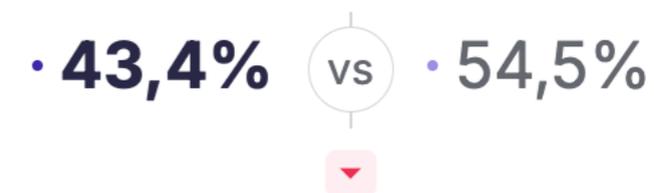
Tariffa media



Affitti brevi



Saturazione OTA



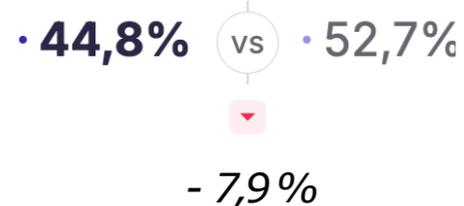
Tariffa media



Saturazione OTA



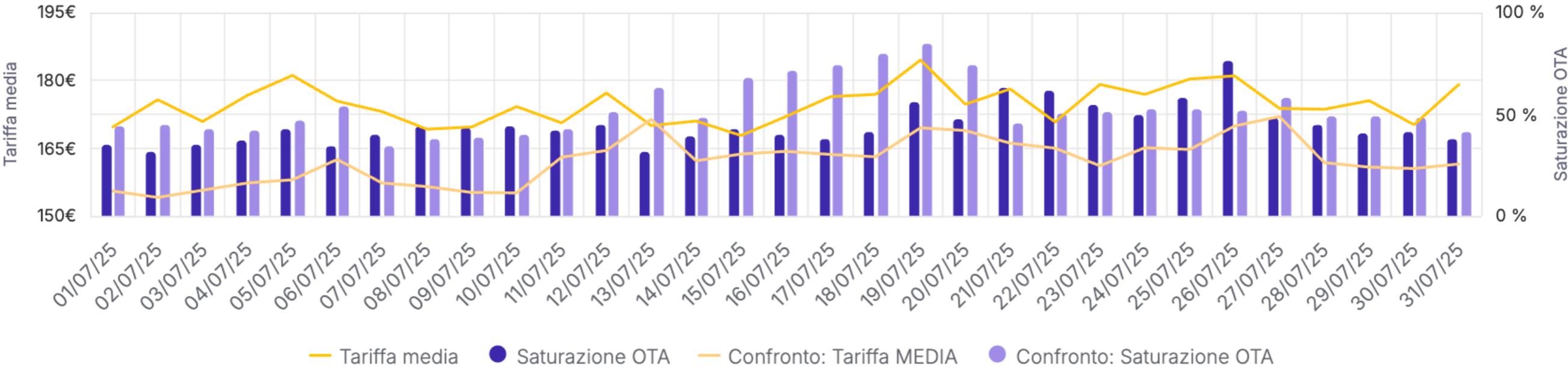
Saturazione OTA



Saturazione e Prezzi OTA

Confronto tra luglio 2025 vs luglio 2024

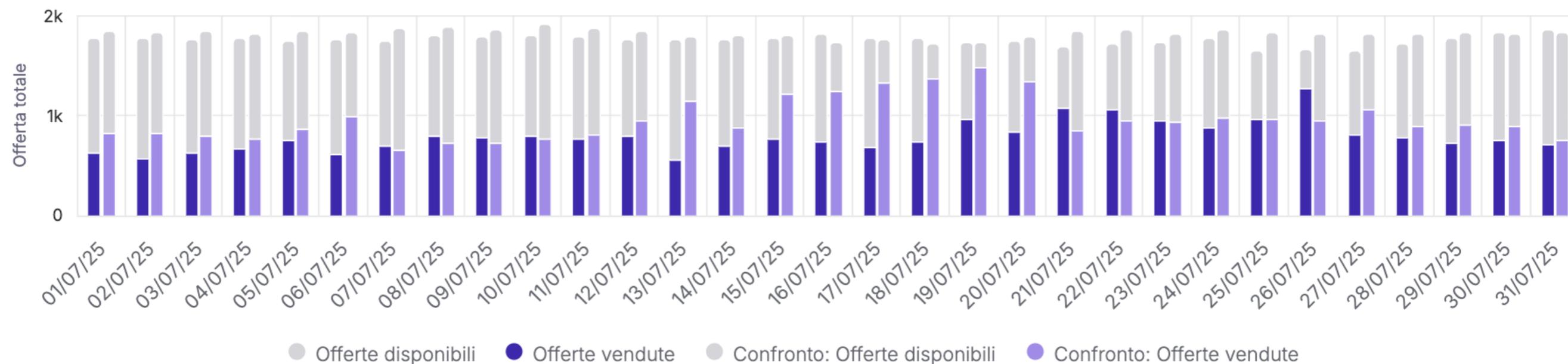
Tariffe medie e tasso di saturazione sulle OTA



Saturazione s Prezzi OTA

Confronto tra luglio 2025 vs luglio 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.



Buon livello di sostenibilità della destinazione.

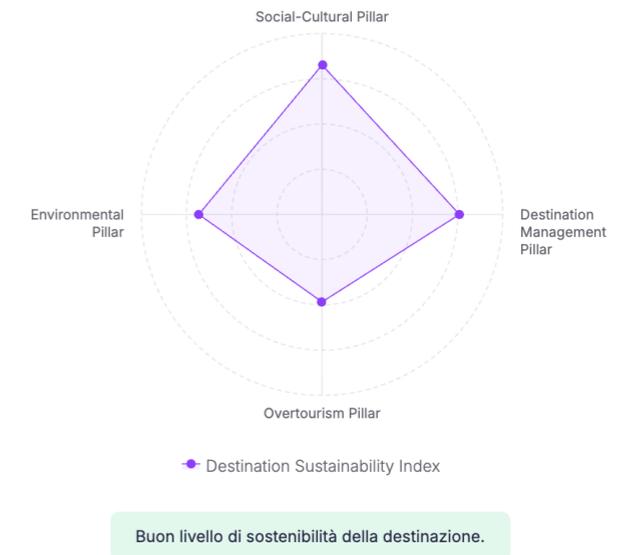
Indice di Sostenibilità della Destinazione

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 luglio 2025 vs luglio 2024

Destination sustainability index

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



Destination Sustainability Index **67,4** /100
60,4 /100

Social-Cultural Pillar **82,6** /100
57,1 /100

Destination Management Pillar **76,0** /100
74,3 /100

Overtourism Pillar **48,4** /100
46,7 /100

Environmental Pillar **68,2** /100
63,3 /100

Social-cultural pillar

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



Social-Cultural Pillar **82,6** /100
57,1 /100

Cultural Index **89,0** /100
80,7 /100

Urban Green Index **N.D.**
9,6 /100

Public Transportation Index **38,7** /100
37,5 /100

Inclusivity Index **92,0** /100
90,8 /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 **76,0** /100
74,3 /100

Sentiment Index **88,2** /100
86,8 /100

Travel barometer Index **85,6** /100
83,2 /100

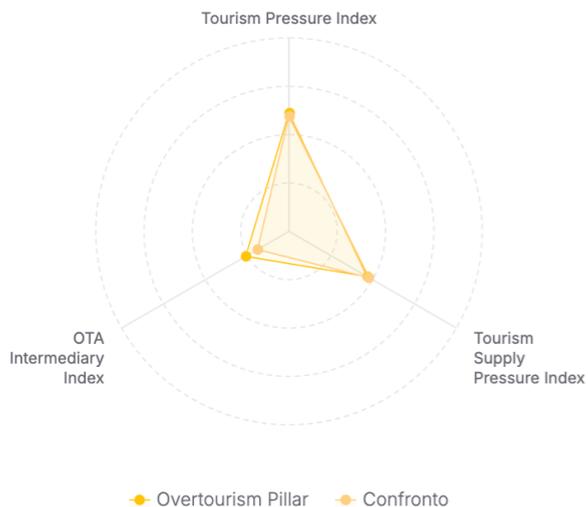
Seasonal Balance Index **15,1** /100
15,0 /100

Indice di Sostenibilità delle Destinazioni

Confronto Luglio 2025 vs Luglio 2024

Overtourism pillar

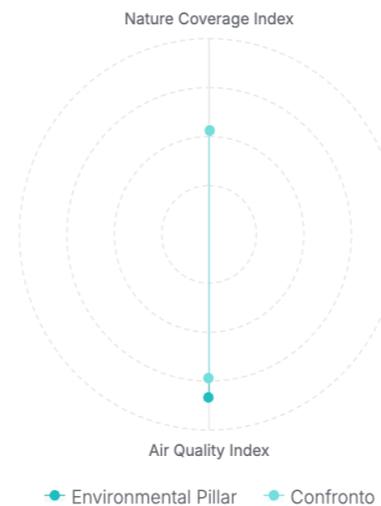
Questo pillar valuta l'impatto del turismo eccessivo in una destinazione.



Overtourism Pillar	▲ 48,4 / 100
	46,7 / 100
Tourism Pressure Index	▲ 61,2 / 100
	59,5 / 100
Tourism Supply Pressure Index	▼ 46,8 / 100
	47,9 / 100
OTA Intermediary Index	▲ 25,9 / 100
	18,8 / 100

Environmental pillar

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



Environmental Pillar	▲ 68,2 / 100
	63,3 / 100
Nature Coverage Index	= 53,1 / 100
	53,1 / 100
Air Quality Index	▲ 83,3 / 100
	73,5 / 100

Spesa (VISA)

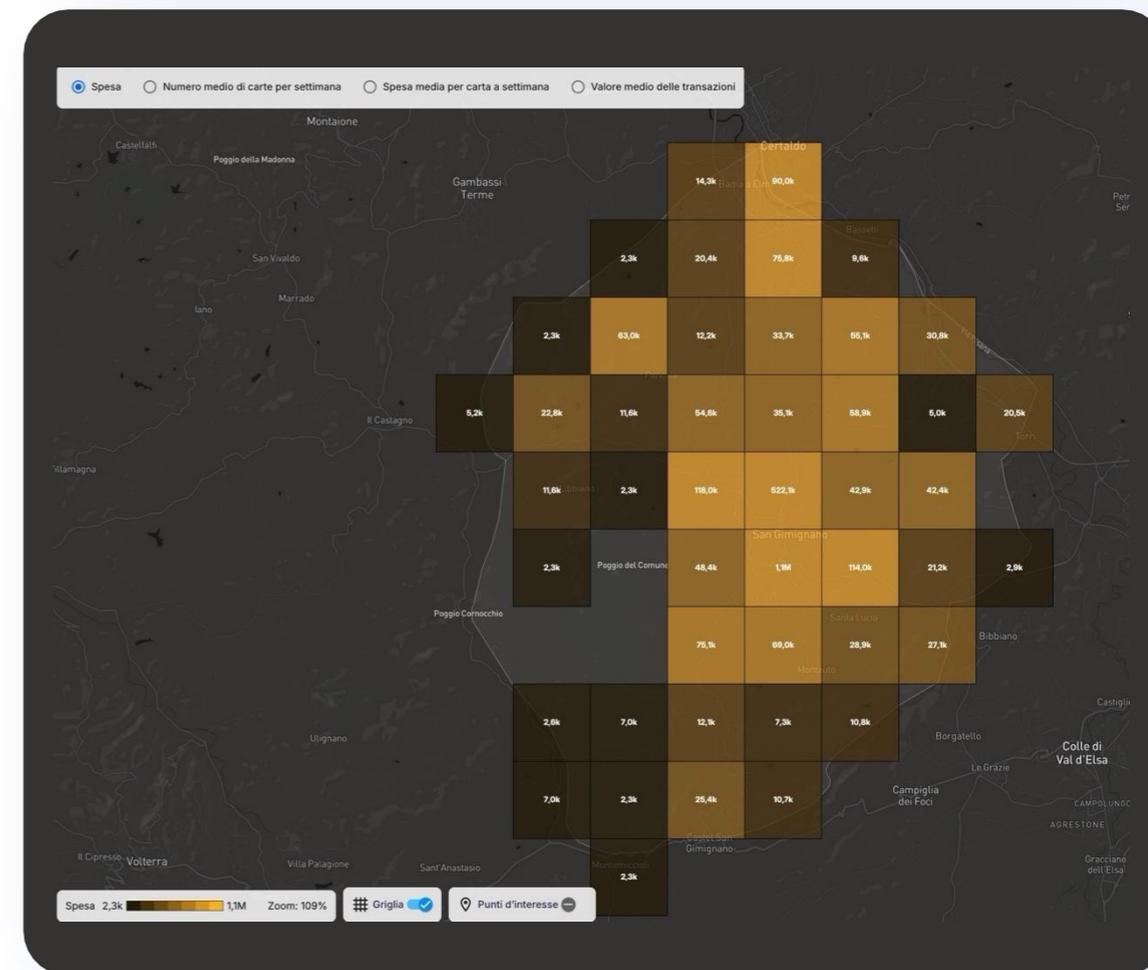
I dati sulla spesa sono forniti in partnership con VISA. La stima riportata dal Comune di San Gimignano proviene dai dati aggregati rielaborati da The Data Appeal Company, a partire dai dati di spesa forniti da Visa Government Insights Hub per il periodo di **Giugno 2025** e incorpora dati provenienti 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 giugno 2025 vs giugno 2024

Volume complessivo di spesa

4,8M € vs **5,7M** €

▼ -16,5%

Numero medio di carte per settimana

14,1k vs **13,5k**

▲ 4,8%

Spesa media per carta a settimana

83,6 € vs **84,5** €

▼ -1,0%

Valore medio delle transazioni

51,0 € vs **51,9 €**

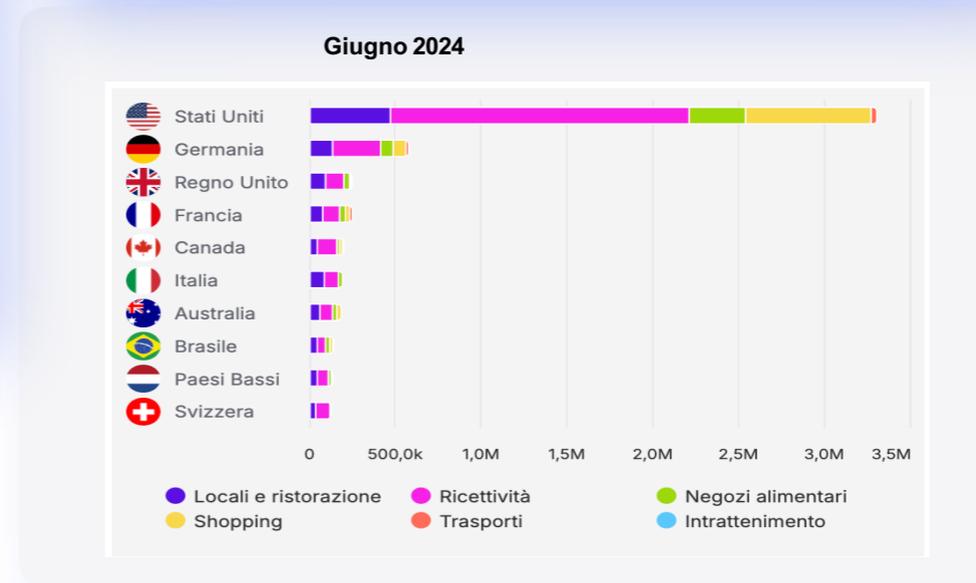
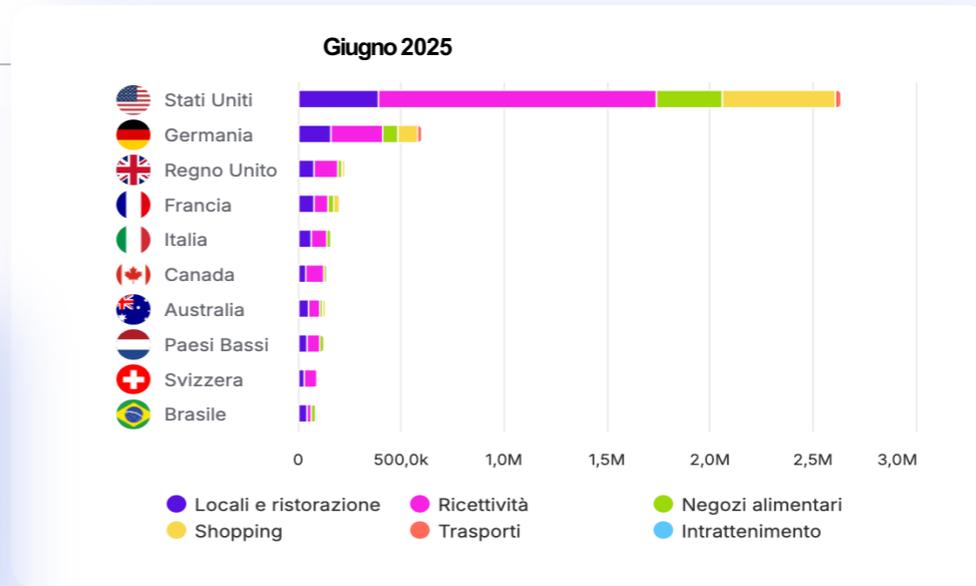
▼ -1,7%

Distribuzione della spesa per paese di provenienza

🕒 Confronto giugno 2025 vs giugno 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	2,6M €	5,4k	122,3 €	73,9 €
	3,3M €	5,8k	113,5 €	69,5 €
🇩🇪 Germania	603,8k €	2,2k	68,6 €	42,2 €
	581,1k €	1,5k	74,8 €	46,6 €
🇬🇧 Regno Unito	235,1k €	677	86,2 €	49,3 €
	252,0k €	640	78,3 €	44,9 €
🇫🇷 Francia	208,3k €	921	56,3 €	35,2 €
	249,5k €	875	56,3 €	36,1 €
🇮🇹 Italia	167,1k €	630	66,0 €	40,5 €
	196,0k €	568	68,6 €	43,1 €

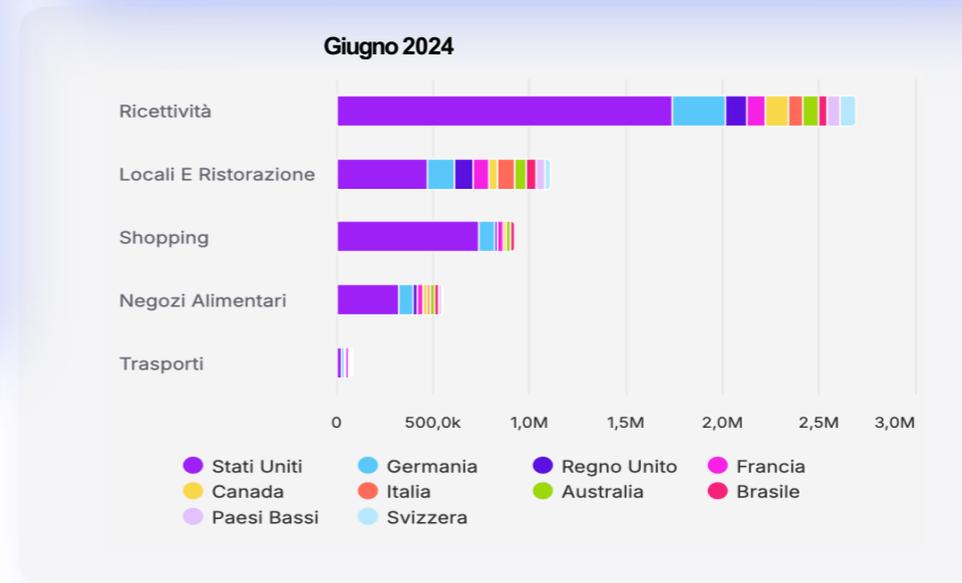
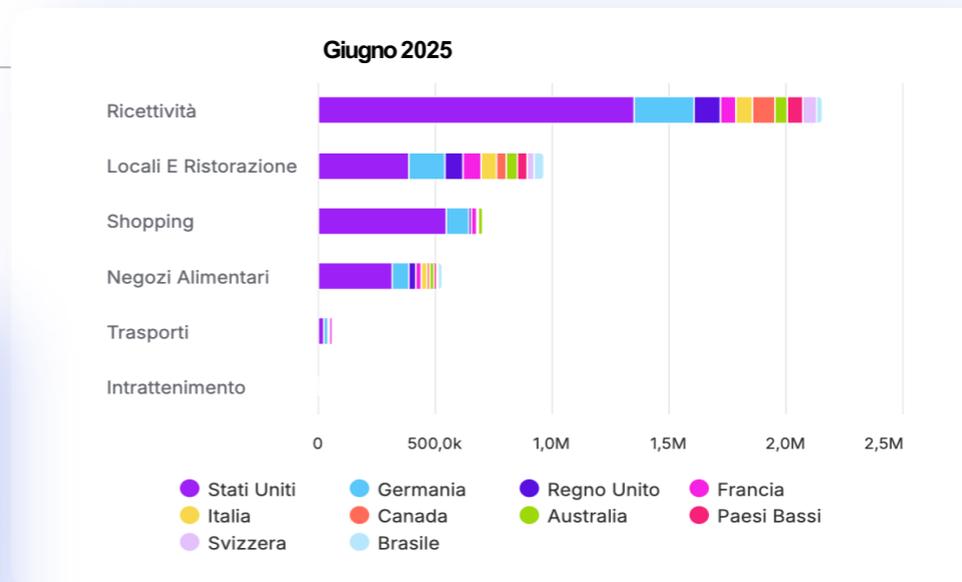


Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto giugno 2025 vs giugno 2024

Dettaglio per industria

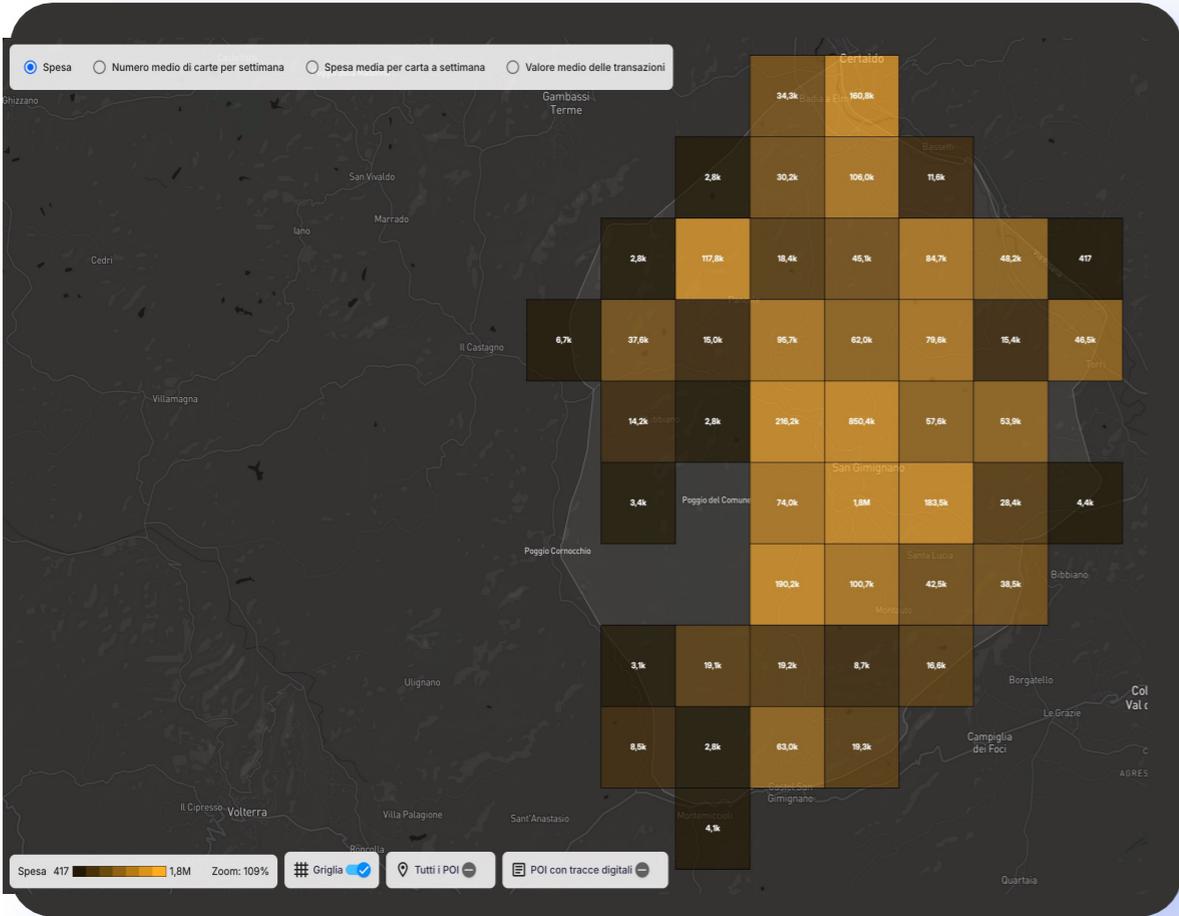
	Spesa ↓	Numero medio di carte per settimana	Spesa media per carta a settimana	Valore medio delle transazioni
📅 Ricettività	2,2M € 2,8M €	1,3k 1,4k	440,9 € 399,5 €	259,6 € 238,5 €
🍴 Locali e ristorazione	1,1M € 1,3M €	4,4k 4,4k	64,2 € 57,2 €	37,0 € 33,4 €
🛍 Shopping	716,0k € 942,5k €	2,6k 2,6k	67,8 € 72,2 €	41,4 € 44,9 €
🛒 Negozi alimentari	581,5k € 599,6k €	3,1k 2,7k	45,8 € 44,9 €	28,2 € 27,3 €
🚗 Trasporti	114,9k € 113,5k €	2,7k 2,4k	10,6 € 8,8 €	6,2 € 5,3 €



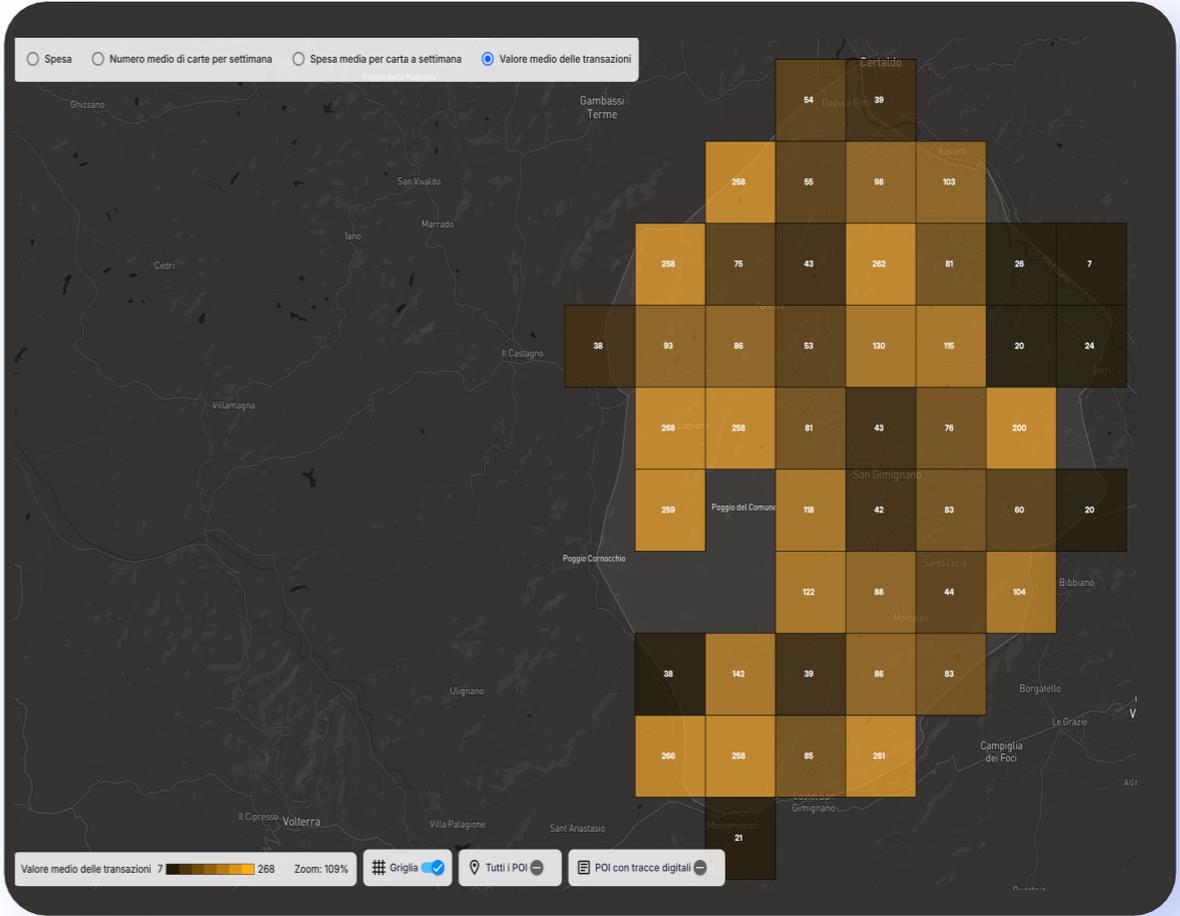
Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto giugno 2025 vs giugno 2024

Volume complessivo di spesa



Valore medio delle transazioni

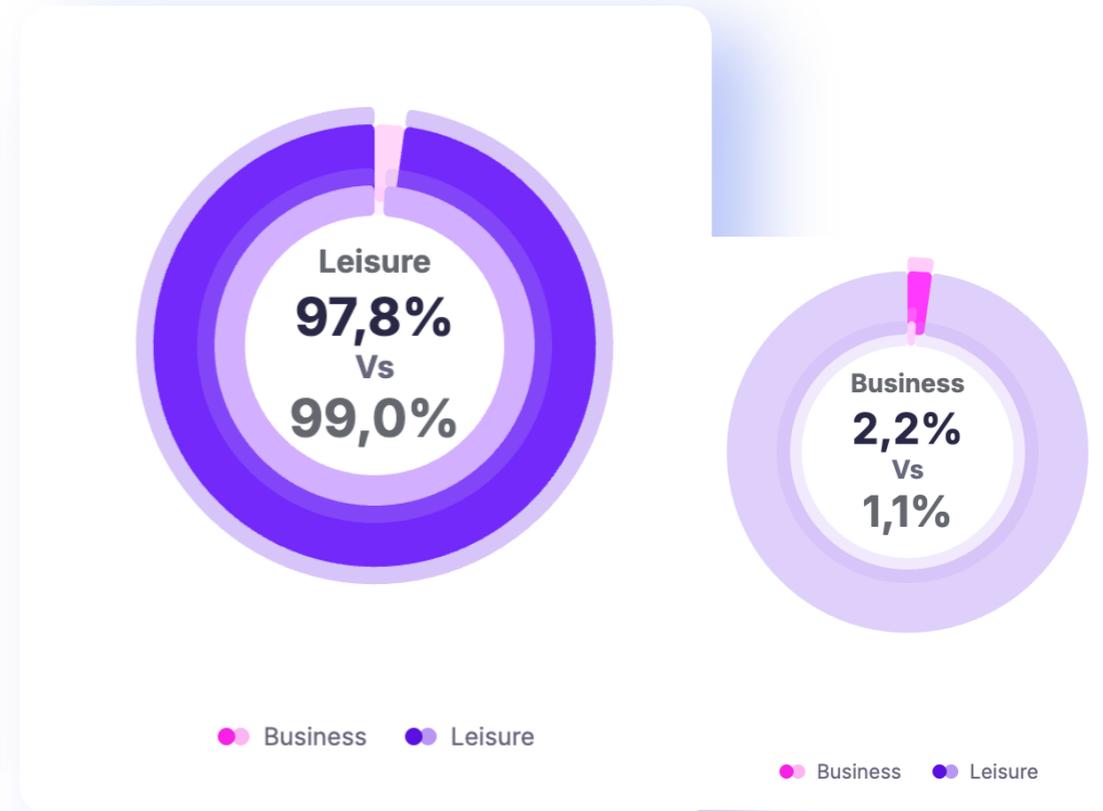
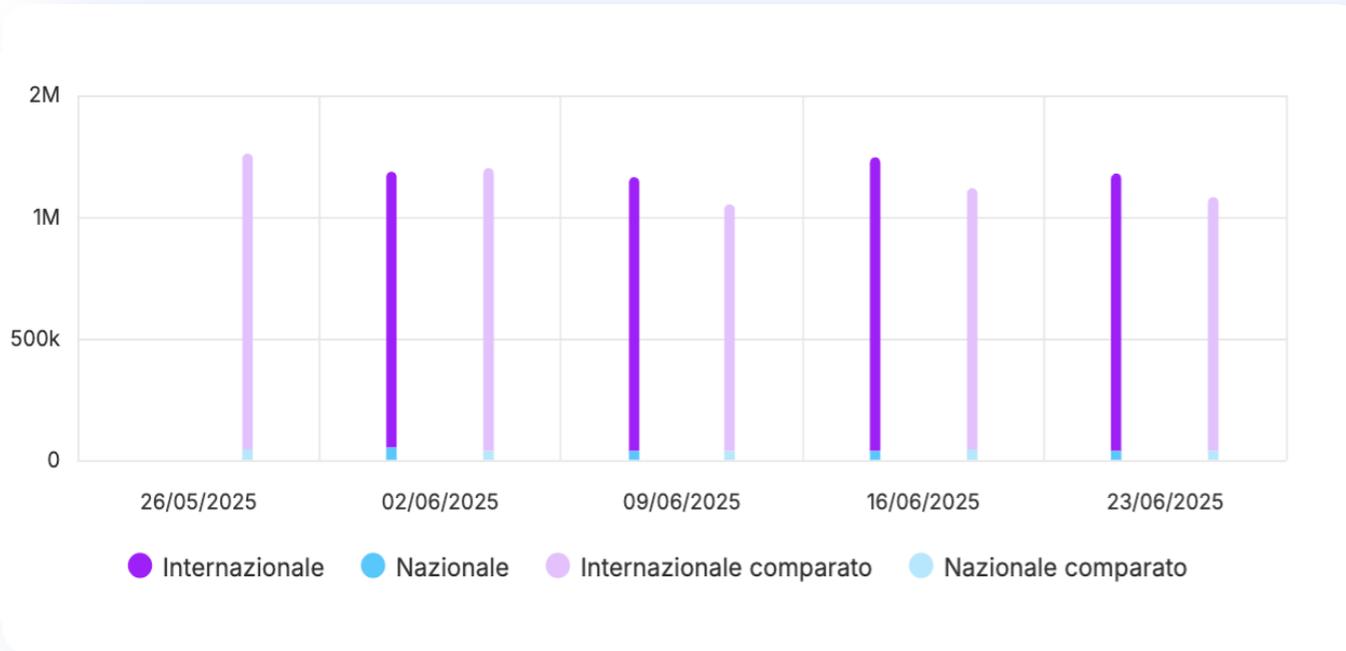


Distribuzione della spesa per origine e profilo

🕒 Confronto giugno 2025 vs giugno 2024

Business VS Leisure

Nazionale VS Internazionale





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

SAN GIMIGNANO

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'estrapolazione di parti senza la presenza di un'autorizzazione scritta.