

SAN GIMIGNANO

Report di Destinazione: Comune di San Gimignano

Cosa raccontano le tracce digitali?

MONITORAGGIO DELLA DESTINAZIONE
SETTEMBRE 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: Settembre 2025

Periodo di confronto: Settembre 2024

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

Sintesi dei risultati:

- ***Volume delle tracce digitali:** diminuzione generale dell'attività online relativa alla destinazione, rispetto a settembre 2024*
 - ***Sentiment:** percezione prevalentemente positiva della destinazione, con un lieve incremento di + 1.8 punti rispetto a settembre 2024.*
 - ***Mercati di Provenienza:** la maggioranza dei visitatori proviene da mercati europei consolidati, Germania, Francia, Regno Unito, Stati Uniti. Si rilevano Sentiment simili e molto positivi per le diverse nazionalità (oscillano tra 85 e 90 punti).*
 - ***Piattaforme OTA:** flessione del tasso di saturazione (- 13,8%), e aumento delle tariffe medie (+ 10,0%) rispetto a settembre 2024.*
 - ***Sostenibilità:** Rispetto a settembre 2024, si registra un incremento complessivo (+4,6%), in particolare nell'area socio-culturale (+ 17,0%), ma con una leggera inflessione per l'overtourism pillar (- 1,1%).*
- Spesa turistica (dati VISA)** agosto 2025 vs agosto 2024: volume di spesa in aumento rispetto ad agosto 2024 (+ 2,6%). Aumenta il numero di carte registrate (+ 0,4%) e resta stabile la spesa media settimanale per carta.*

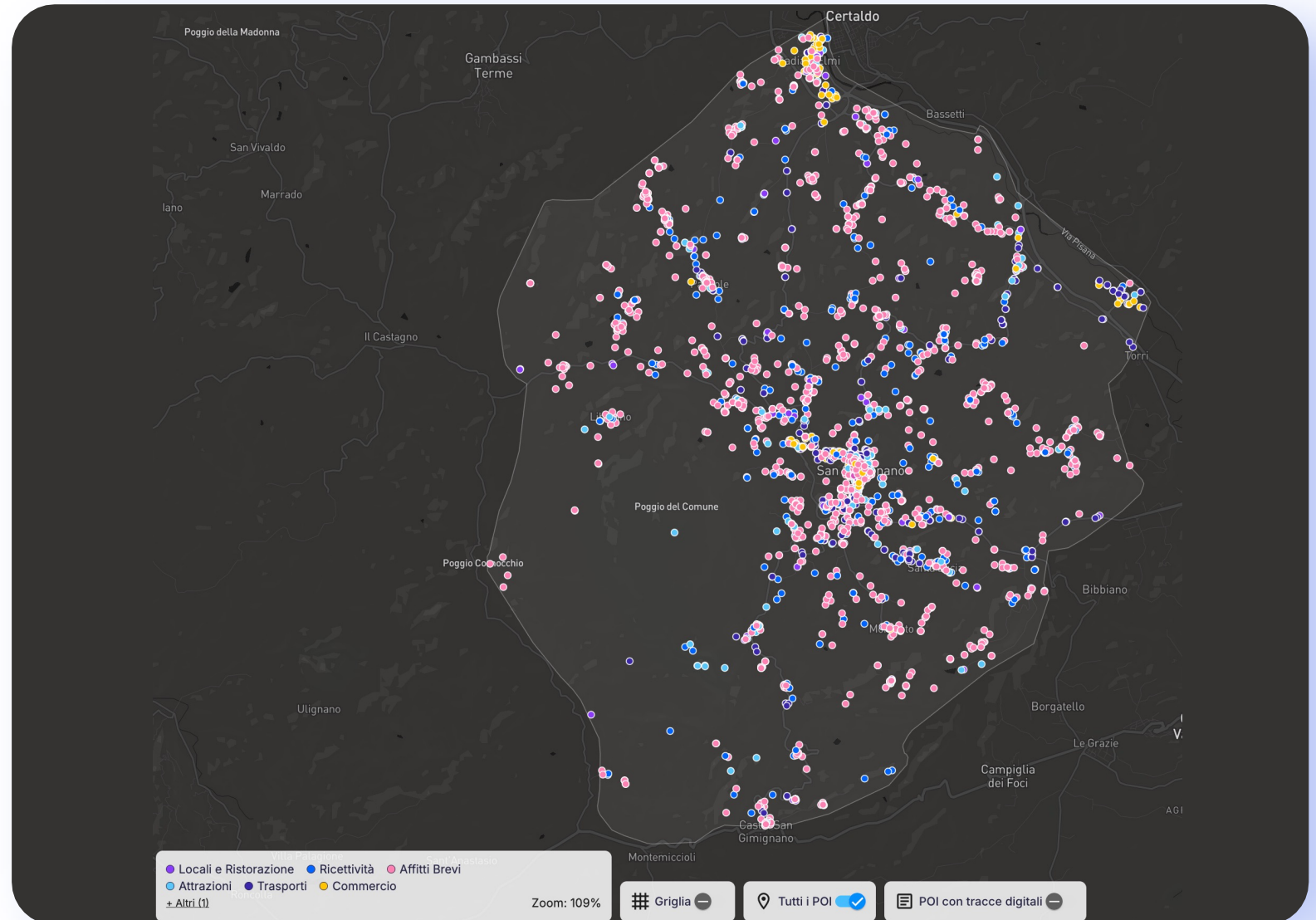
Area geografica e punti di interesse analizzati



**Comune di San
Gimignano**



Settembre 2025



Distribuzione delle tracce digitali

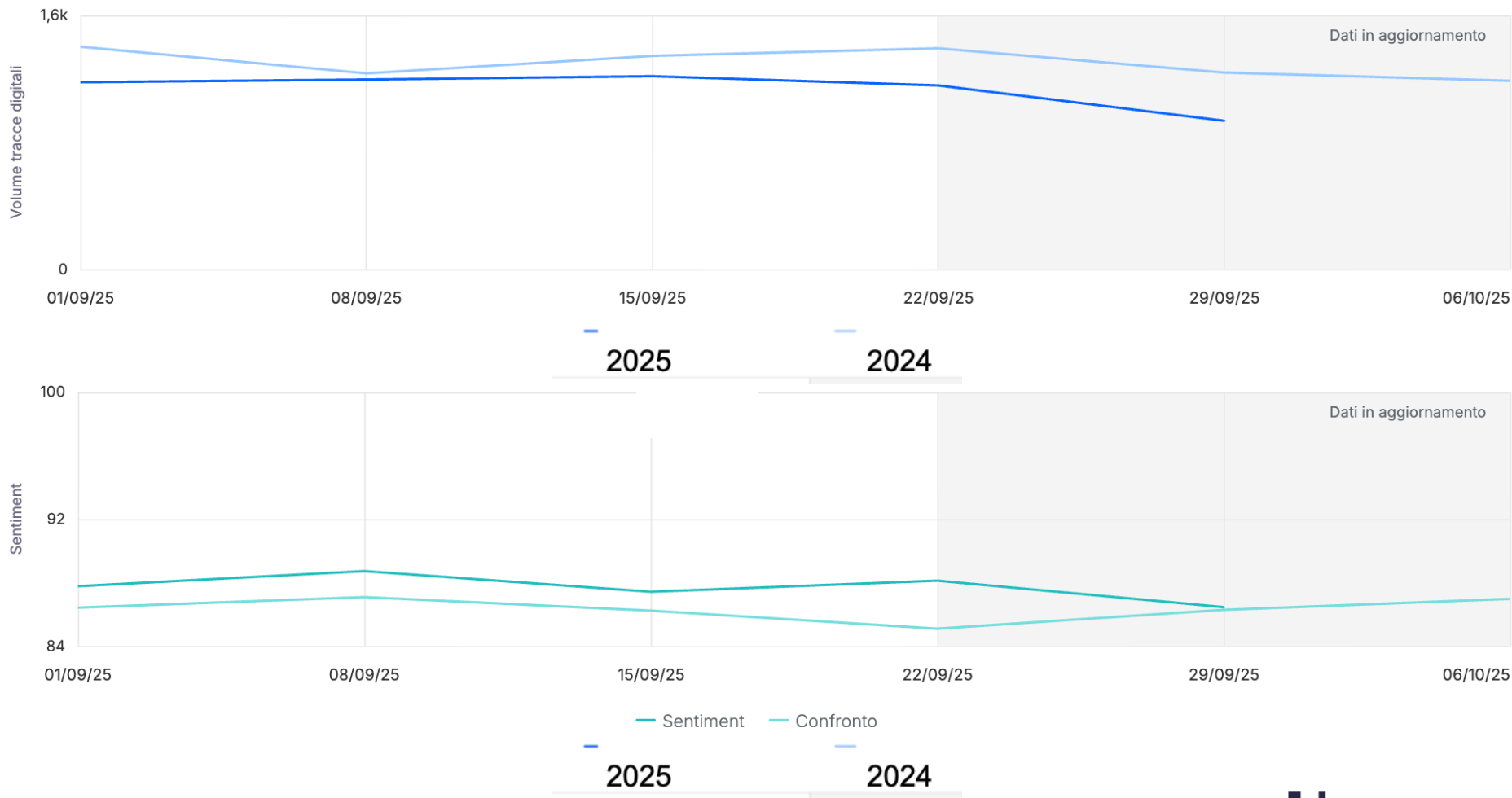
Confronto tra settembre 2025 vs settembre 2024

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 **5,1k** VS **5,6k**

Settimanale



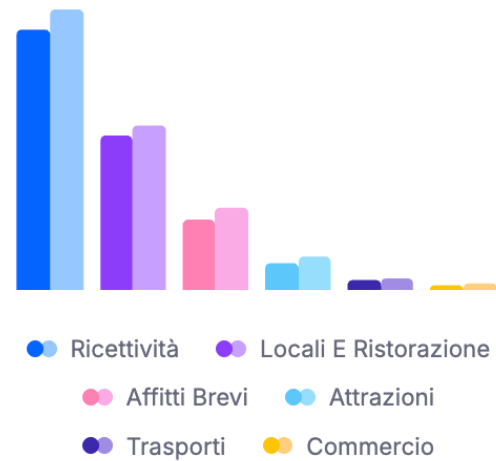
Distribuzione delle tracce digitali

Confronto tra settembre 2025 vs settembre 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 **5,1k** VS **5,6k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
Ricettività	49,5%	▼ 2,5k	▲ 87,6/100
	48,4%	2,7k	85,7/100
Locali e Ristorazione	29,3%	▼ 1,5k	▲ 87,9/100
	28,5%	1,6k	84,3/100
Affitti Brevi	13,3%	▼ 679	▲ 90,2/100
	14,2%	795	89,4/100
Attrazioni	5,2%	▼ 265	▼ 86,1/100
	5,8%	327	92,0/100
Trasporti	1,9%	▼ 96	▼ 79,8/100
	1,9%	108	82,7/100
Commercio	0,9%	▼ 44	▲ 90,5/100
	1,2%	67	82,0/100

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:

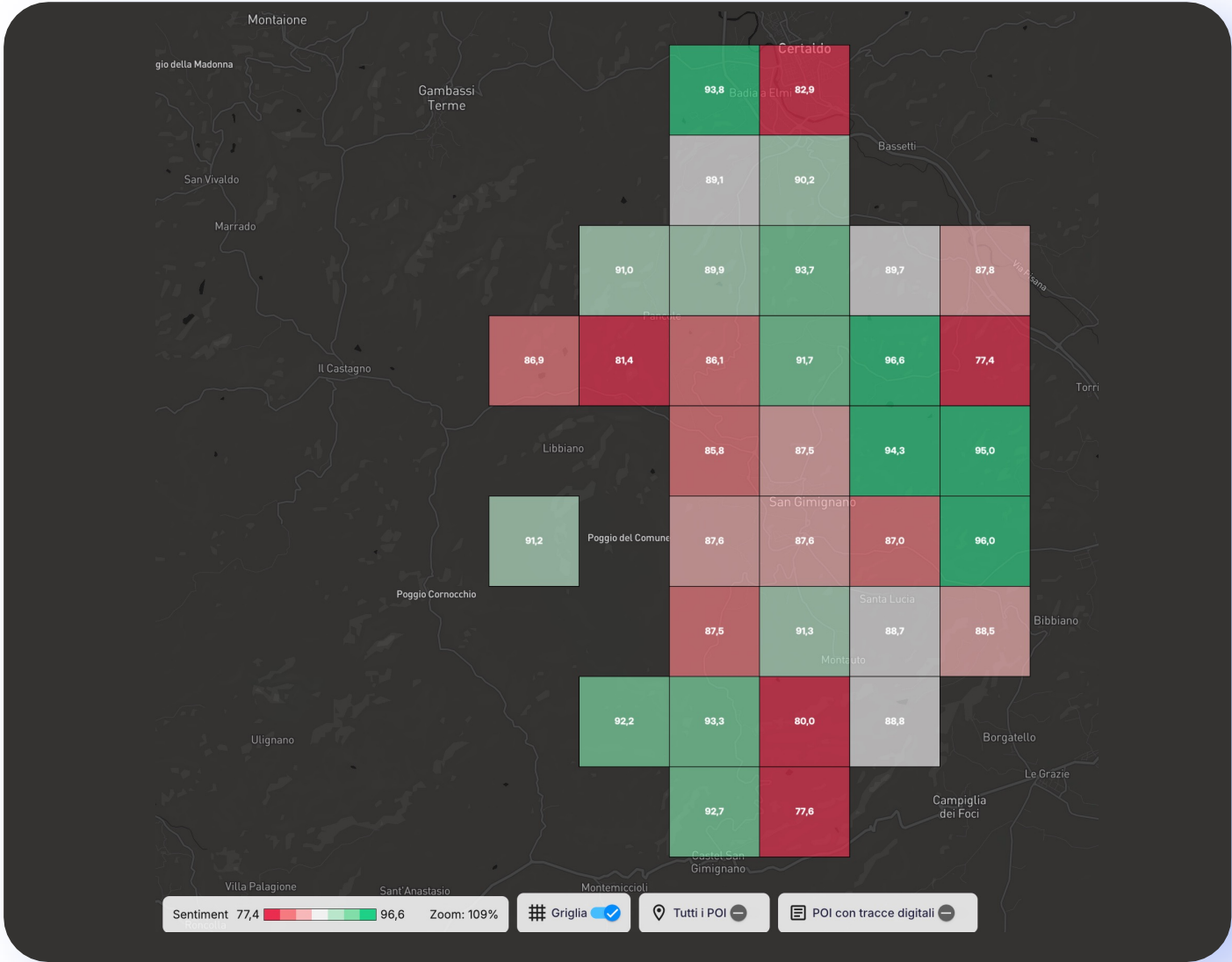
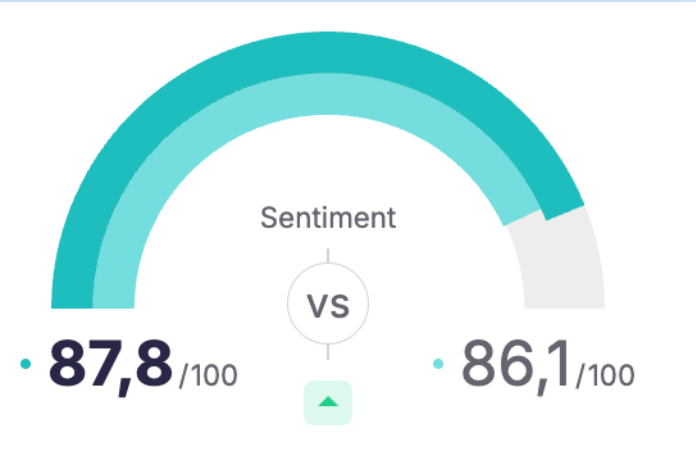
- 1-20: Molto Negativo
- 21-40: Abbastanza Negativo
- 41-60: Neutro
- 61-80: Abbastanza Positivo
- 81-100: Molto Positivo

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 settembre 2025 vs settembre 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.

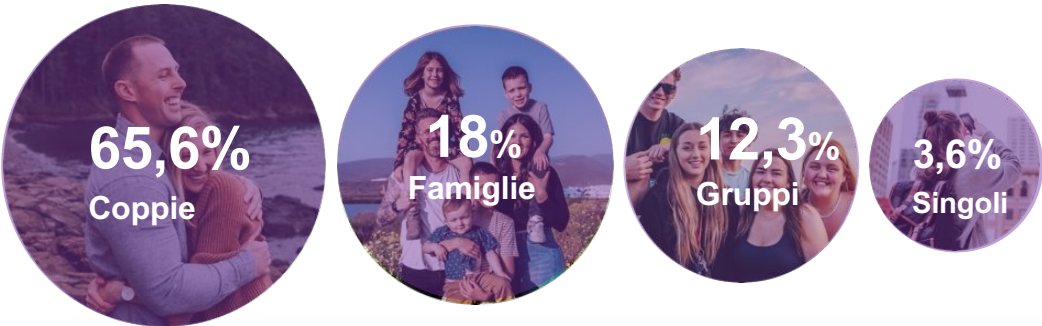
Questi dati permettono di individuare punti di forza e aree di miglioramento per ogni segmento. Ad esempio, se i viaggiatori in coppia esprimono Sentiment negativo, potrebbe essere utile ottimizzare i servizi offerti per questo target. Le informazioni fornite consentono di pianificare strategie di marketing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

Confronto settembre 2025 vs settembre 2024

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Italia	▼ 18,4% 21,6%	▲ 85,3/100 85,1/100
 Germania	▲ 10,9% 10,2%	▲ 86,6/100 85,2/100
 Francia	▲ 8,5% 7,8%	▲ 85,8/100 81,4/100
 Regno Unito	▼ 5,8% 6,1%	▲ 88,6/100 86,9/100
 Stati Uniti	▲ 5,2% 4,4%	▼ 90,9/100 91,0/100

Con chi viaggiano?



	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Paesi Bassi	▼ 4,9% 4,9%	▲ 86,7/100 82,7/100
 Australia	▲ 4,1% 3,7%	▲ 90,8/100 90,3/100
 Spagna	▼ 3,6% 4,8%	▼ 81,0/100 83,6/100
 Canada	▲ 3,0% 2,9%	▼ 88,5/100 90,9/100
 Austria	▼ 3,0% 3,5%	▲ 89,9/100 83,6/100

Mercati e Visitatori

Settembre 2025 a confronto con la Regione Toscana

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Italia	▼ 18,4% 33,6%	▲ 85,3/100 82,0/100
 Germania	▲ 10,9% 8,6%	▲ 86,6/100 82,9/100
 Francia	▲ 8,5% 5,6%	▲ 85,8/100 81,1/100
 Regno Unito	▼ 5,8% 5,8%	▲ 88,6/100 85,1/100
 Stati Uniti	▲ 5,2% 4,5%	▲ 90,9/100 87,8/100

Con chi viaggiano in Toscana?



	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Paesi Bassi	▲ 4,9% 3,4%	▲ 86,7/100 82,7/100
 Australia	▲ 4,1% 2,3%	▲ 90,8/100 86,5/100
 Spagna	▲ 3,6% 3,4%	▲ 81,0/100 79,8/100
 Canada	▲ 3,0% 1,8%	▲ 88,5/100 87,8/100
 Austria	▲ 3,0% 1,9%	▲ 89,9/100 82,7/100

Argomenti più discussi – Affitti Brevi

Settembre 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione ideale, panorami mozzafiato e facile accesso al centro storico.
Ospitalità	Ospitalità eccezionale, proprietari gentili e disponibili, accoglienza calorosa.
Camera	Camere spaziose e ben arredate, comfort e vista splendida.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici	Bagni da rinnovare, alcuni problemi con la doccia e dotazione limitata.
Cucina	Cucina ben attrezzata, ottima per preparare pasti durante il soggiorno.

Check-in e check-out Mezzi di trasporto



Argomenti più discussi – Affitti Brevi

Settembre 2024

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
Posizione	Posizione centrale e tranquilla, ideale per esplorare la zona circostante.	Servizi igienici	Bagni puliti e funzionali, ma alcuni con dimensioni ridotte.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, superando le aspettative degli ospiti.	Check-in e check-out	Check-in semplice e comunicazione efficace, ma alcune difficoltà di orario.
Camera	Camere spaziose e confortevoli, con ottimi servizi e vista panoramica.	Cucina	Cucina ben attrezzata, perfetta per preparare pasti e colazioni.



Argomenti più discussi – Attrazioni

Settembre 2025

Aspetti positivi

Attività culturali	Luoghi storici e culturali ricchi di arte e tradizione da esplorare.
Posizione	Posizione incantevole con panorami mozzafiato e atmosfera medievale affascinante.
Cibo	Cibo delizioso e vini pregiati, esperienze culinarie da non perdere.

Aspetti da migliorare

Pulizia	Condizioni igieniche scadenti in diverse aree, necessaria maggiore manutenzione.
Tempi di attesa	Tempi di attesa variabili, specialmente durante le festività e i weekend.
Costi	Prezzi variabili per esperienze, alcuni considerati eccessivi rispetto al servizio.



Argomenti più discussi – Attrazioni

Settembre 2024

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
Attività culturali	San Gimignano offre un ricco patrimonio storico e artistico ben conservato.	Ospitalità	Accoglienza variabile, con esperienze positive e negative tra il personale.
Posizione	Posizione straordinaria con viste mozzafiato e un contesto storico affascinante.	Personale	Personale variabile, con esperienze di cortesia e scortesia tra i visitatori.
Atmosfera	L'atmosfera medievale è incantevole, specialmente di sera nella piazza.	Family friendly	Un luogo ideale per famiglie, con spazi sicuri per i bambini.



Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Settembre 2025

Aspetti positivi

Cibo	Cibo delizioso e di alta qualità, piatti tipici toscani molto apprezzati.
Ospitalità	Servizio cordiale e accogliente, personale sempre disponibile e gentile.
Atmosfera	Ambiente accogliente e intimo, perfetto per rilassarsi e godere.

Aspetti da migliorare

Costi	Prezzi giusti e coerenti con la qualità e la posizione.
Servizi	Servizio veloce e attento, esperienza complessiva molto positiva.
Dolci	Gelato e dolci eccezionali, con gusti originali e deliziosi.



Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Settembre 2024

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
Cibo	Cibo toscano di alta qualità, con ingredienti freschi e saporiti.	Tempi di attesa	Attese variabili, ma generalmente gestibili e non eccessive.
Posizione	Posizione tranquilla e suggestiva, ideale per una pausa lontano dalla folla.	Costi	Prezzi considerati giusti per la qualità e l'esperienza offerta.
Personale	Personale cordiale e disponibile, pronto a consigliare e assistere.	Servizi	Servizio rapido e attento, con ottime strutture disponibili.



Argomenti più discussi – Ricettività

Settembre 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione strategica e panoramica, ideale per visitare San Gimignano.
Personale	Personale professionale e amichevole, sempre pronto ad assistere gli ospiti.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, con ottimi consigli per gli ospiti.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici	Bagni datati e piccoli, con necessità di miglioramenti e maggiore privacy.
Costi	Prezzi considerati elevati rispetto ai servizi offerti e alla qualità.
Parcheggio	Parcheggio comodo e facilmente accessibile, con diverse opzioni disponibili.



Argomenti più discussi – Ricettività

Settembre 2024

Aspetti positivi

Posizione	Posizione ideale con vista spettacolare, vicino al centro e tranquilla.
Personale	Personale molto cordiale e disponibile, pronto ad assistere gli ospiti.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, sempre pronto a soddisfare le esigenze.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici	Bagni piccoli e necessitano di manutenzione, con docce poco funzionali.
Costi	Prezzi variabili, alcuni servizi extra non inclusi nel costo iniziale.
Parcheggio	Parcheggio ampio e facilmente accessibile, con opzioni gratuite nelle vicinanze.



Argomenti più discussi – Commercio

Settembre 2025

Aspetti positivi

Personale

Staff molto gentile e competente, sempre pronto ad aiutare i clienti.

Ospitalità

Personale accogliente e disponibile, creando un'atmosfera familiare e amichevole.

Cibo

Cibo di alta qualità, con piatti deliziosi e ingredienti freschi e locali.

Aspetti da migliorare

Brand

Vendita di articoli autentici, ma non gestiti ufficialmente dal marchio.

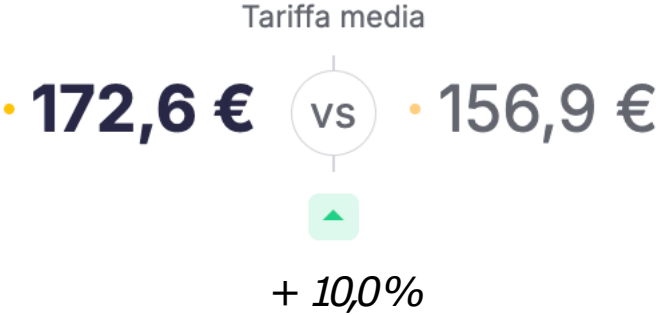


Analisi delle OTA

Saturazione e Prezzi OTA

Confronto tra settembre 2025 vs settembre 2024

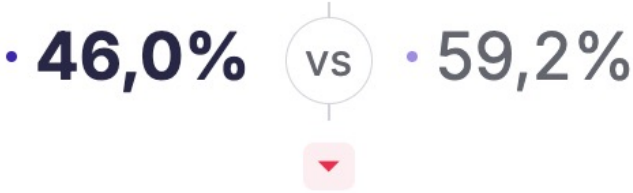
Tariffa media



Ricettività



Saturazione OTA



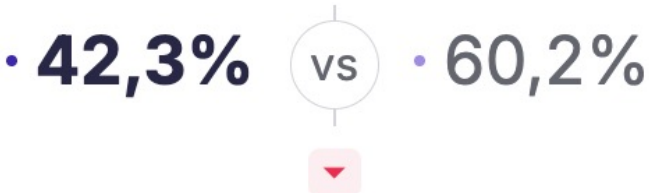
Tariffa media



Affitti brevi



Saturazione OTA



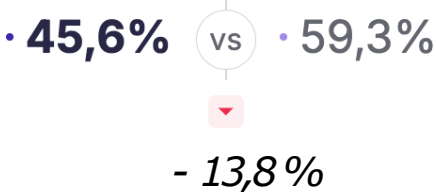
Tariffa media



Saturazione OTA



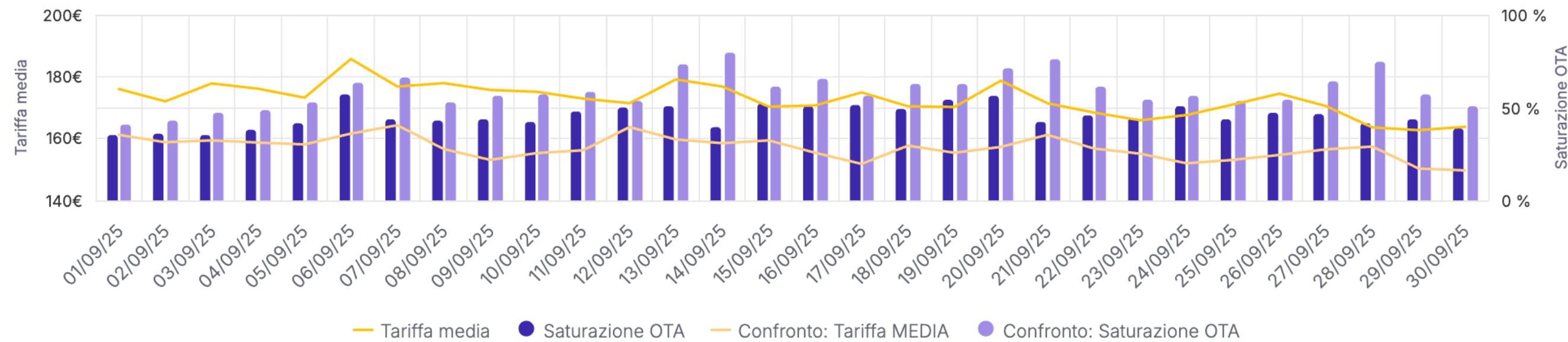
Saturazione OTA



Saturazione e Prezzi OTA

Confronto tra settembre 2025 vs settembre 2024

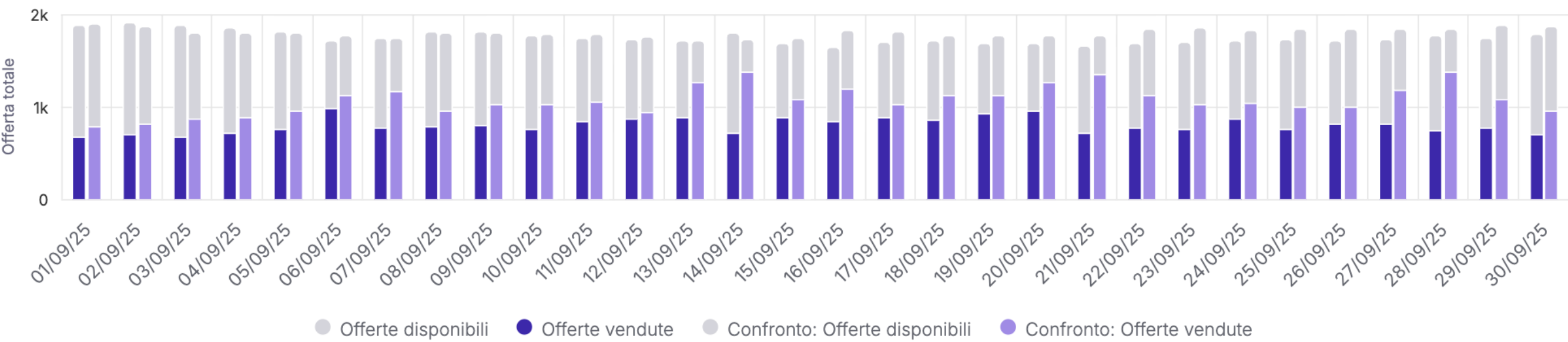
Tariffe medie e tasso di saturazione sulle OTA



Saturazione e Prezzi OTA

Confronto tra settembre 2025 vs settembre 2024

Offerte pubblicate sulle OTA



Sostenibilità

Indice di Sostenibilità della Destinazione

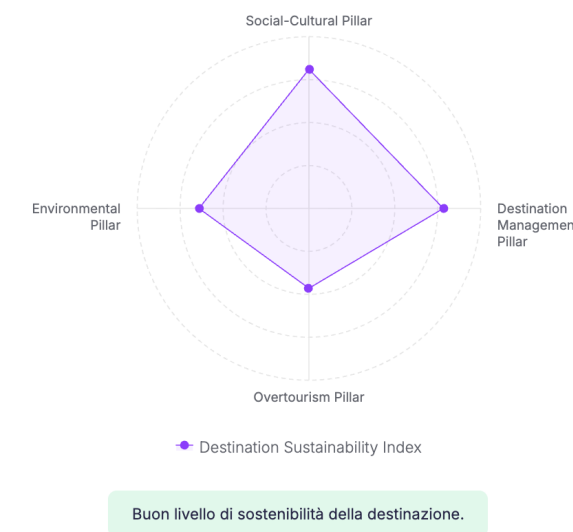
Il **Destination Sustainability Index** è un framework, composto da 4 pillar, utilizzato per valutare e misurare le prestazioni di sostenibilità di una destinazione, attraverso l'analisi di fonti di dati proprietarie ed esterne. L'indice mira a fornire una valutazione completa degli sforzi di sostenibilità, 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.



Buon livello di sostenibilità della destinazione.

Indice di Sostenibilità delle Destinazioni

Confronto settembre 2025 vs settembre 2024

Destination sustainability index

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



Destination Sustainability Index	66,5/100
Social-Cultural Pillar	81,0/100
Destination Management Pillar	78,3/100
Overtourism Pillar	46,5/100
Environmental Pillar	64,0/100

Social-cultural pillar

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



Social-Cultural Pillar	81,0/100
Cultural Index	86,0/100
Urban Green Index	N.D. / 100
Public Transportation Index	35,3/100
Inclusivity Index	93,9/100

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	78,3/100
Sentiment Index	87,0/100
Travel barometer Index	90,7/100
Seasonal Balance Index	17,1/100

Indice di Sostenibilità delle Destinazioni

Confronto settembre 2025 vs settembre 2024

Overtourism pillar

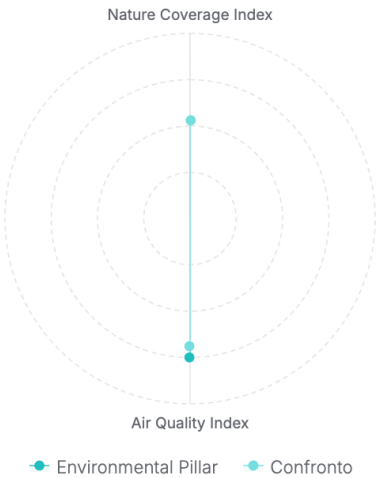
Questo pillar valuta l'impatto del turismo eccessivo in una destinazione.



Overtourism Pillar	46,5 / 100 47,6 / 100
Tourism Pressure Index	56,3 / 100 56,2 / 100
Tourism Supply Pressure Index	42,4 / 100 50,5 / 100
OTA Intermediary Index	35,0 / 100 24,9 / 100

Environmental pillar

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



Environmental Pillar	64,0 / 100 61,0 / 100
Nature Coverage Index	53,1 / 100 53,1 / 100
Air Quality Index	75,0 / 100 68,9 / 100

Spesa (VISA)

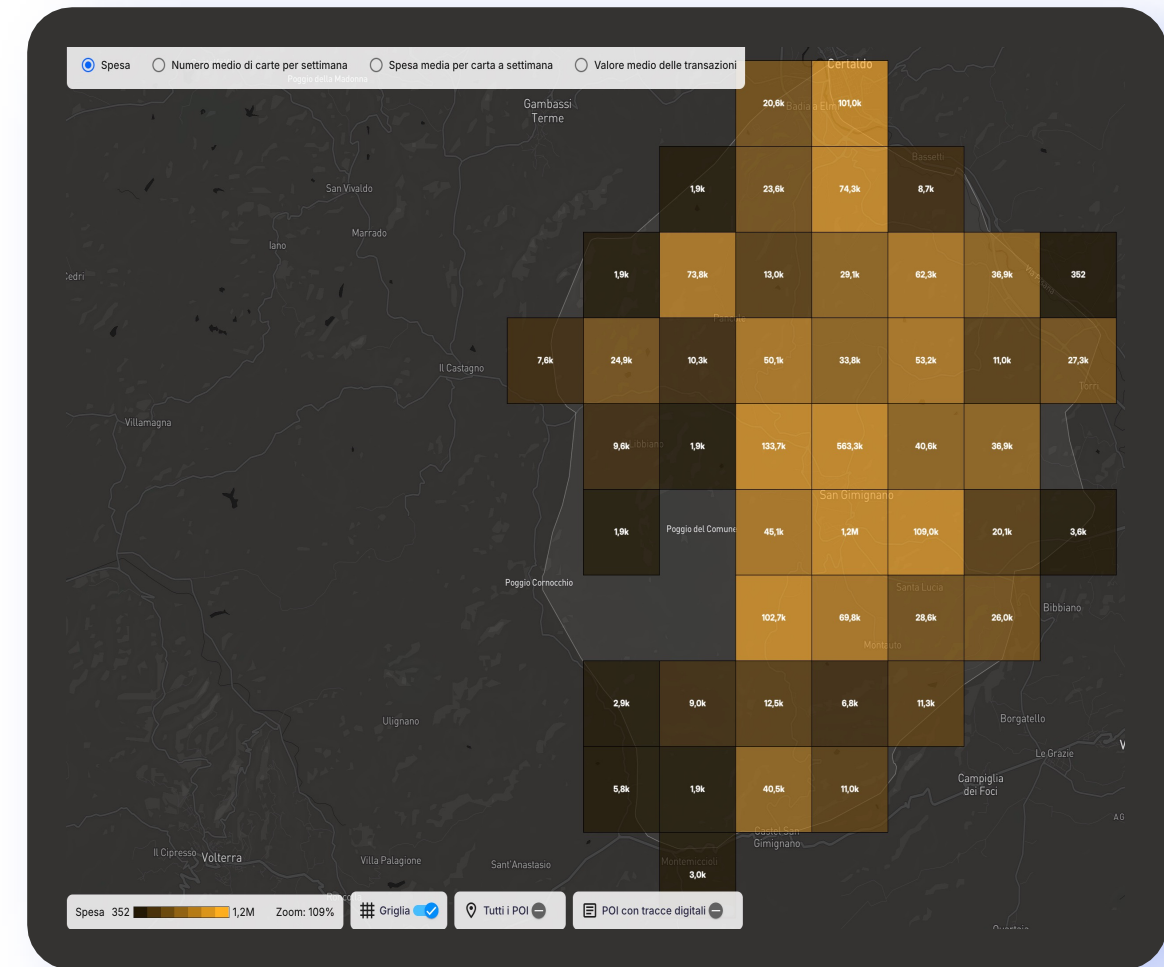
I dati sulla spesa sono forniti in partnership con VISA. La stima riportata dal Comune di San Gimignano proviene dai dati aggregati rielaborati da The Data Appeal Company, a partire dai dati di spesa forniti da Visa Government Insights Hub per il periodo di **Agosto 2025** e incorpora dati provenienti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

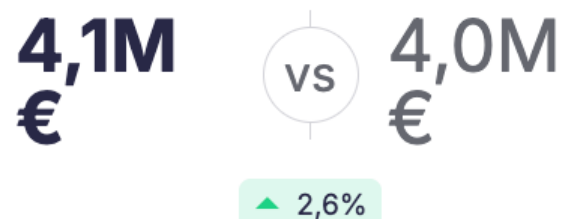


Disclaimer: I dati visualizzati in questo modulo possono essere condivisi pubblicamente o esternamente previa autorizzazione di Data Appeal per sole finalità di consultazione.

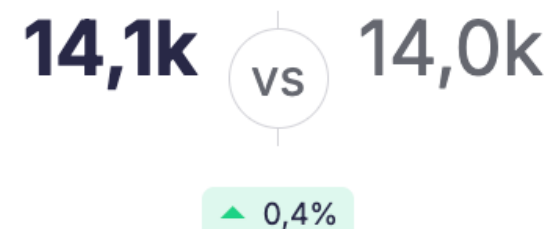
Numero e importi delle transazioni

🕒 Confronto agosto 2025 vs agosto 2024

Volume complessivo di spesa



Numero medio di carte per settimana



Spesa media per carta a settimana



Valore medio delle transazioni

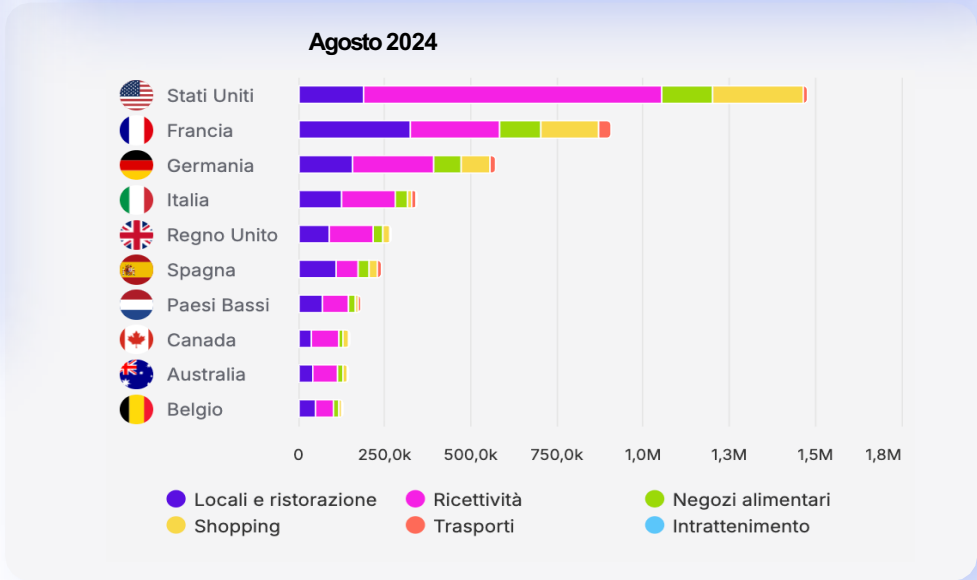
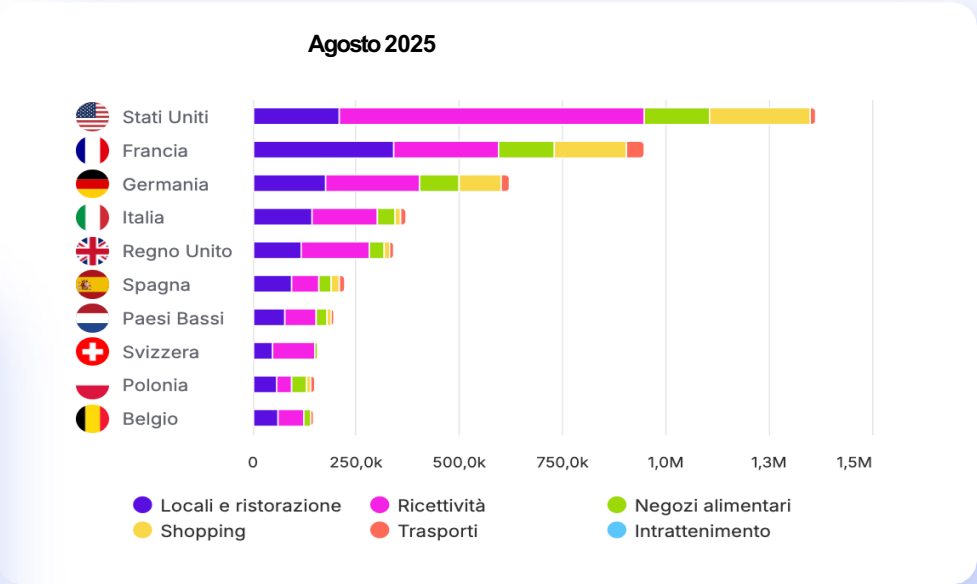


Distribuzione della spesa per paese di provenienza

🕒 Confronto agosto 2025 vs agosto 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
	Agosto 2025	Agosto 2024		Agosto 2025	Agosto 2024	
Stati Uniti	1,4M €	1,5M €	2,3k	117,0 €	115,2 €	70,5 €
			2,5k			70,5 €
Francia	948,2k €	906,7k €	3,4k	55,0 €	55,0 €	34,4 €
			3,3k			34,4 €
Germania	622,2k €	572,1k €	1,9k	65,4 €	67,1 €	39,6 €
			1,7k			41,3 €
Italia	371,7k €	346,5k €	1,1k	68,8 €	67,9 €	42,1 €
			1,0k			41,3 €
Regno Unito	341,0k €	270,8k €	834	81,7 €	73,1 €	46,4 €
			740			42,1 €

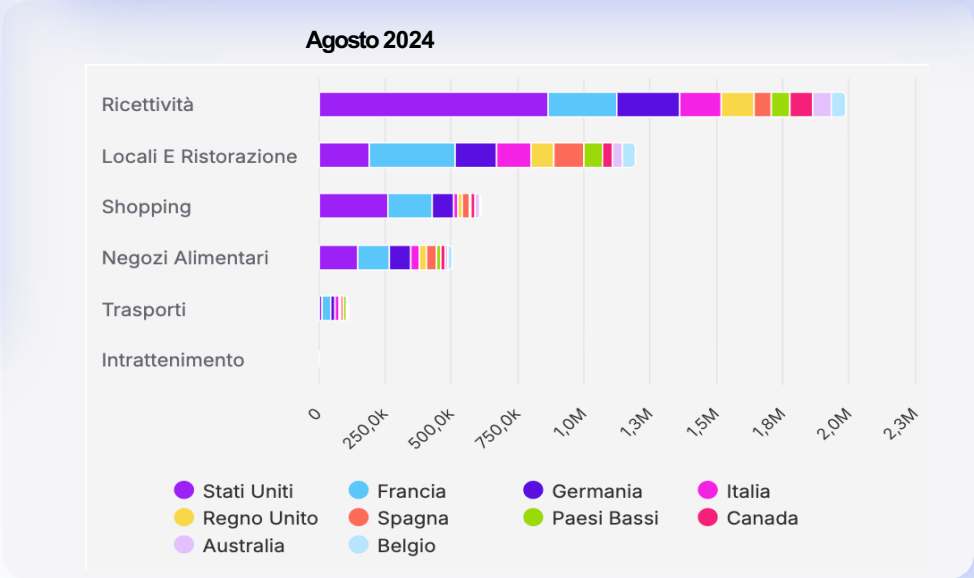
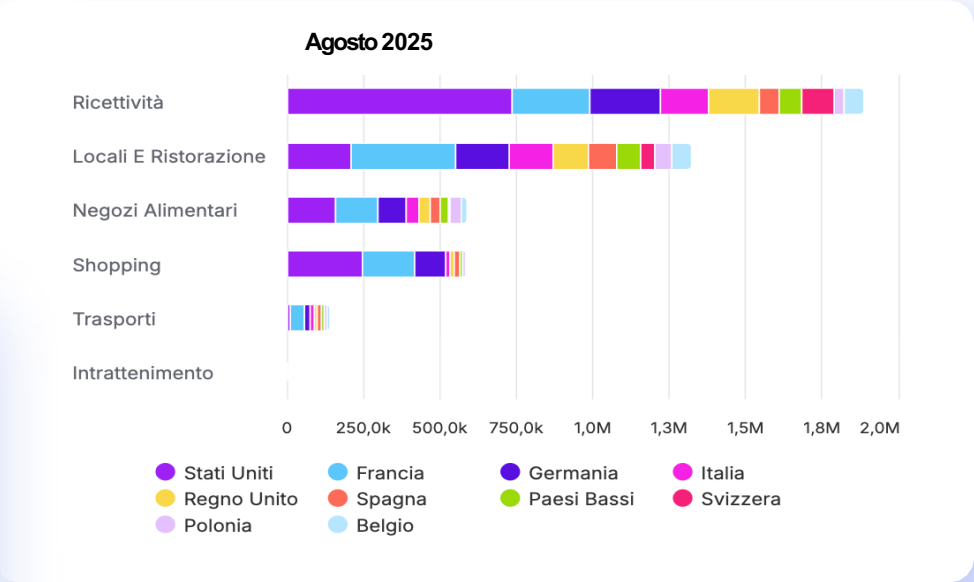


Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto agosto 2025 vs agosto 2024

Dettaglio per industria

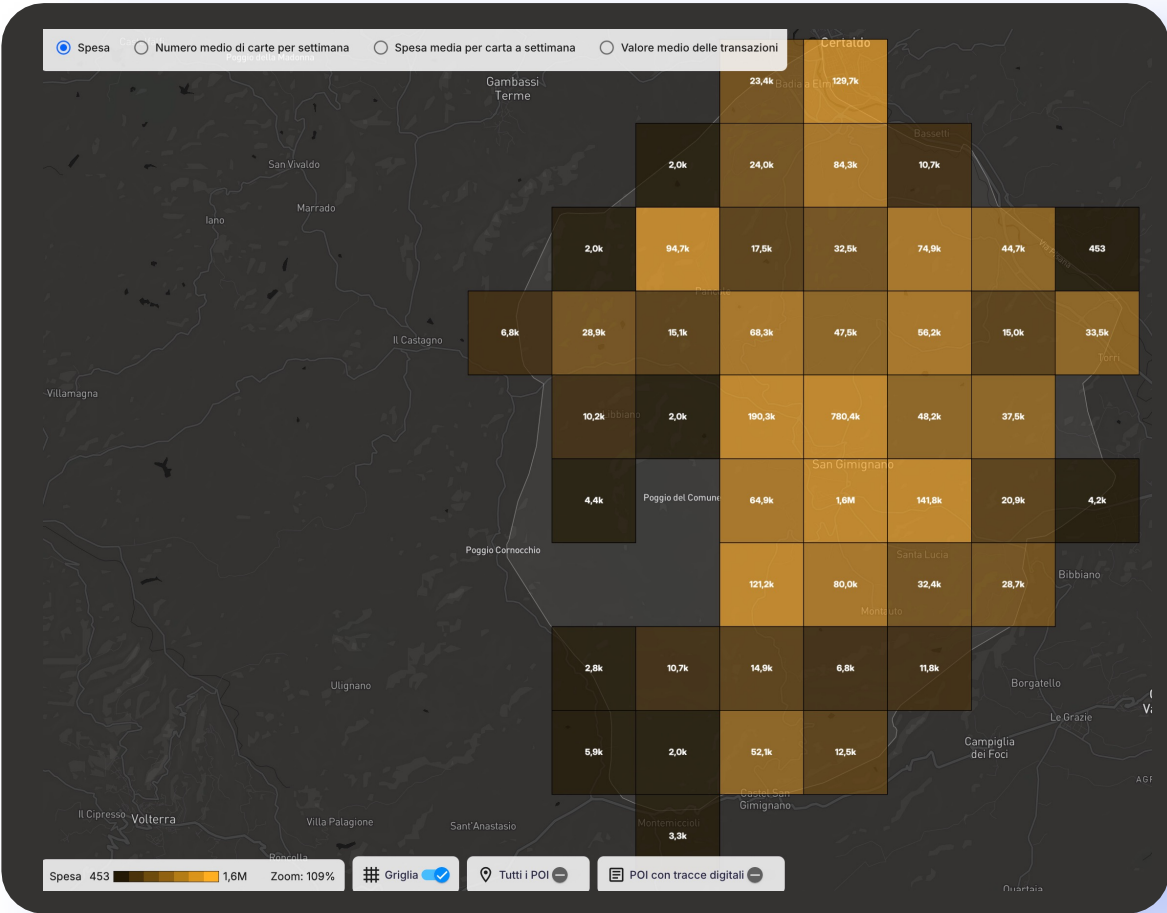
	Spesa ↓		Numero medio di carte per settimana		Spesa media per carta a settimana		Valore medio delle transazioni
📅 Ricettività	▼ 2,0M € 2,1M €		▼ 1,0k 1,1k		▼ 399,9 € 402,5 €	=	239,9 € 239,9 €
🍴 Locali e ristorazione	▲ 1,5M € 1,4M €		▼ 4,6k 4,7k		▲ 67,1 € 59,3 €	▲	38,7 € 35,3 €
🛒 Negozi alimentari	▲ 668,6k € 563,6k €		▲ 3,2k 2,7k		▲ 41,3 € 40,4 €	=	24,9 € 24,9 €
🛍 Shopping	▼ 592,6k € 623,8k €		▼ 2,4k 2,5k		▼ 48,2 € 49,9 €	▼	29,2 € 31,0 €
🚗 Trasporti	▲ 163,8k € 136,8k €		▲ 3,3k 3,1k		▲ 9,5 € 8,6 €	▲	6,0 € 5,2 €



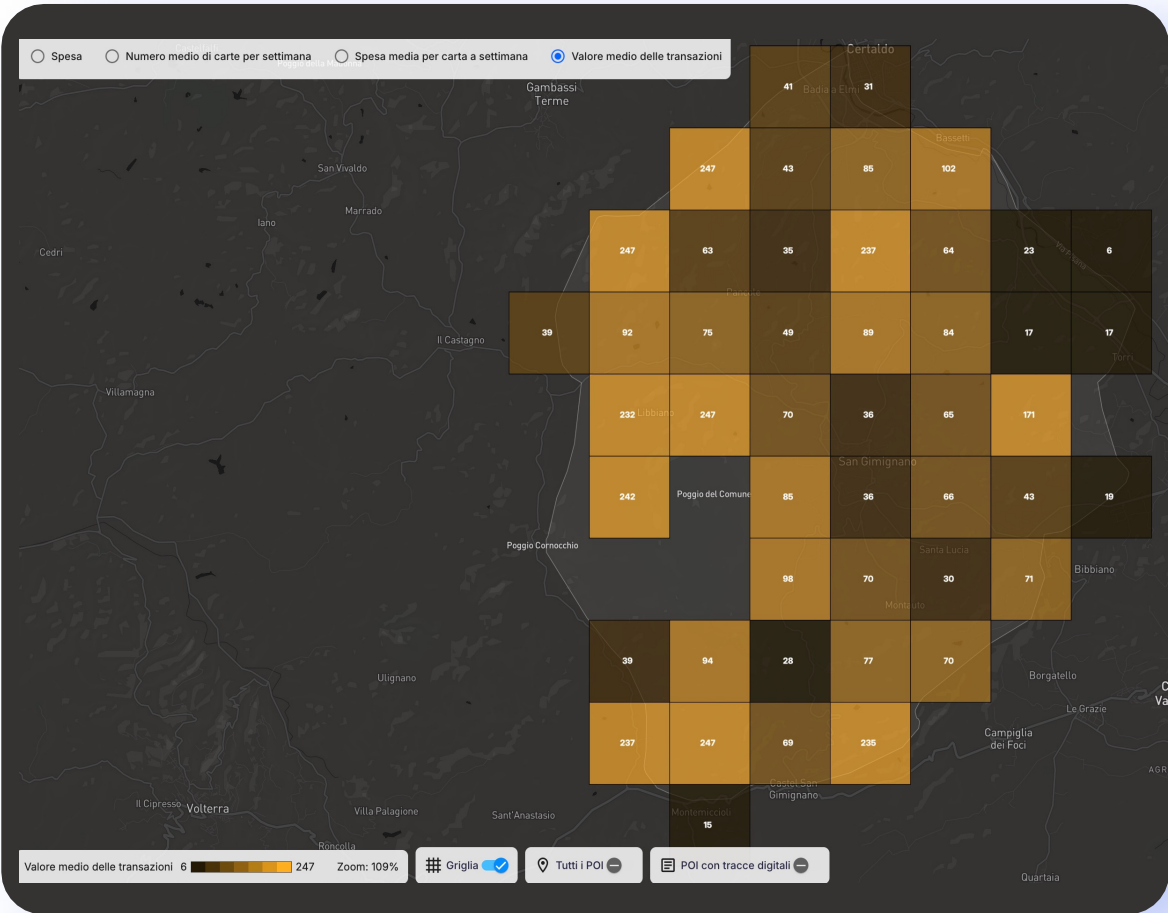
Distribuzione della spesa per settore

 Confronto agosto 2025 vs agosto 2024

Volume complessivo di spesa



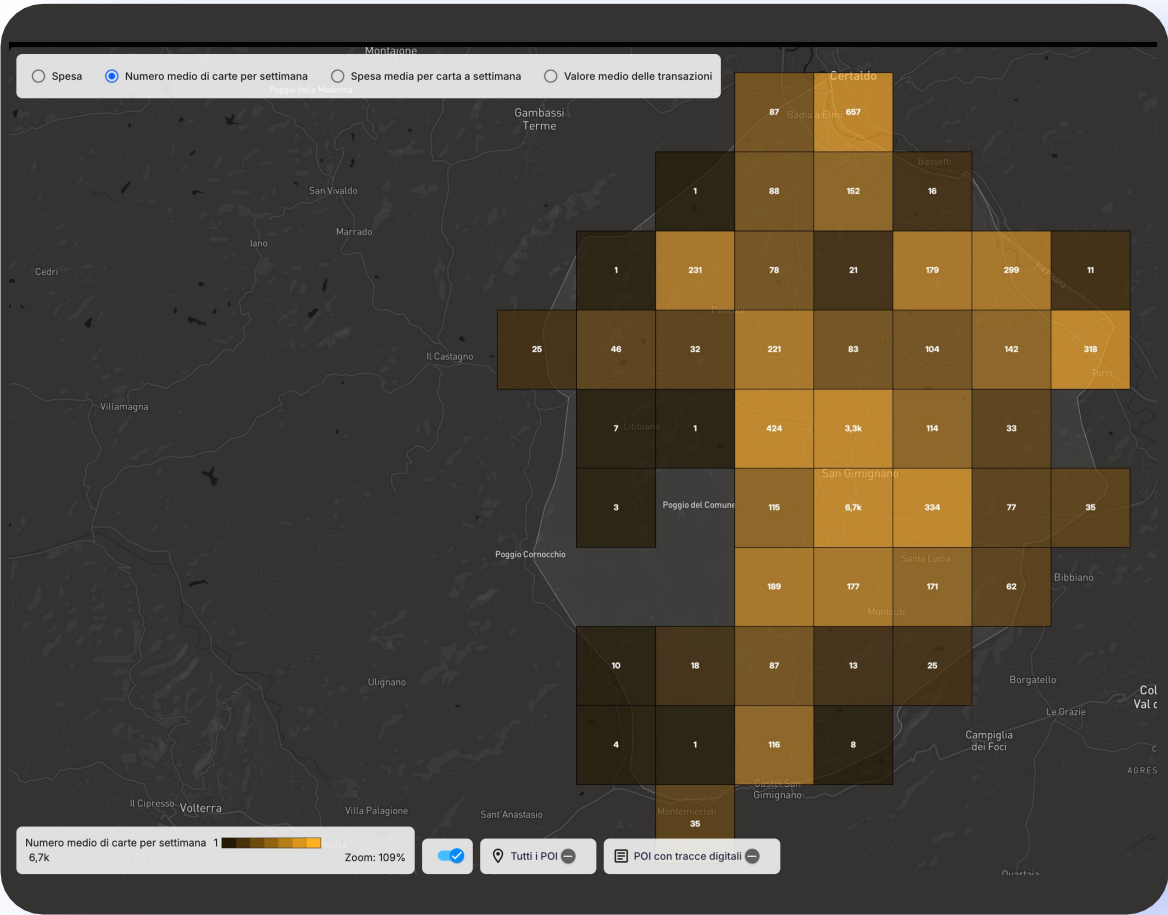
Valore medio delle transazioni



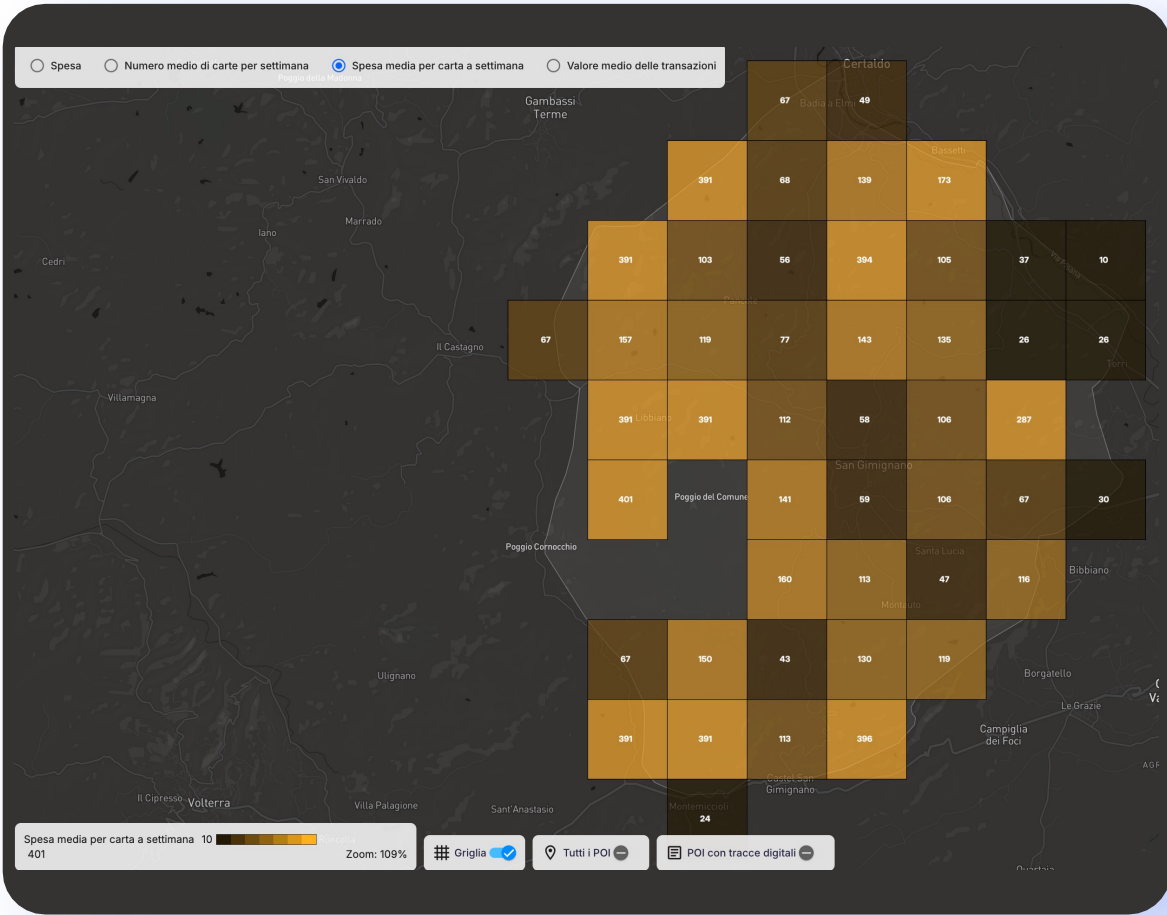
Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto agosto 2025 vs agosto 2024

Numero medio di carte per settimana



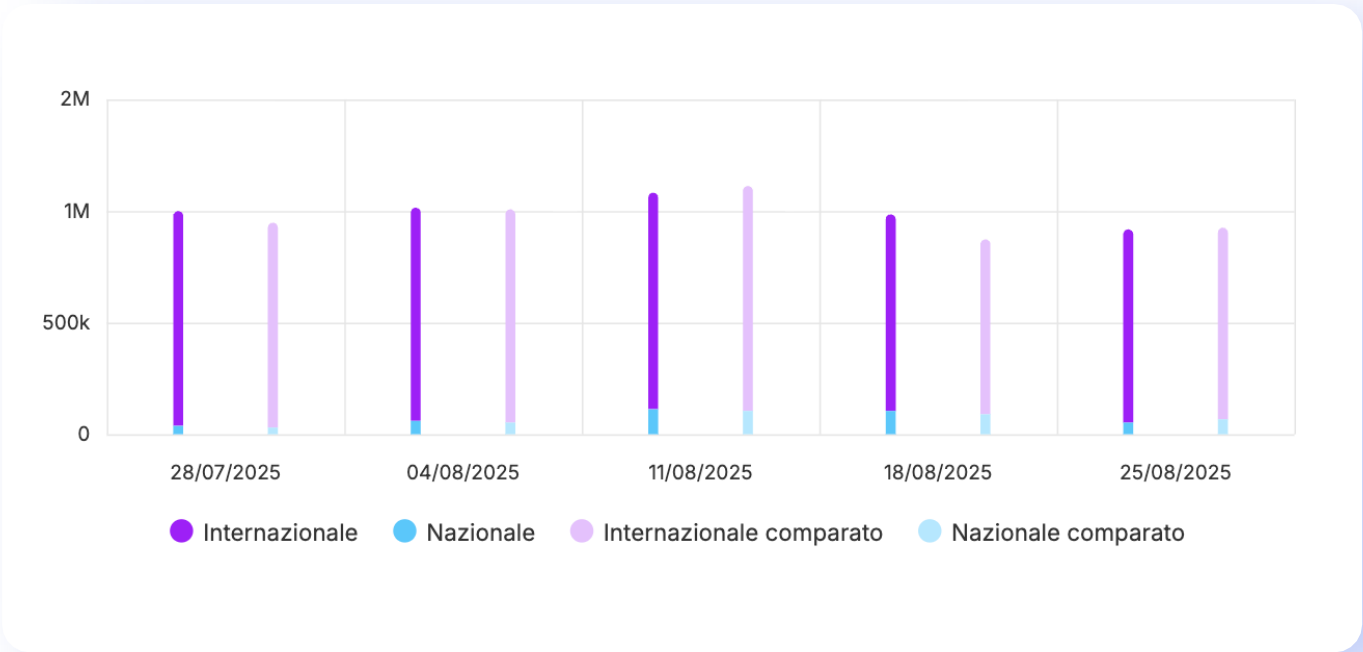
Spesa media per carta a settimana



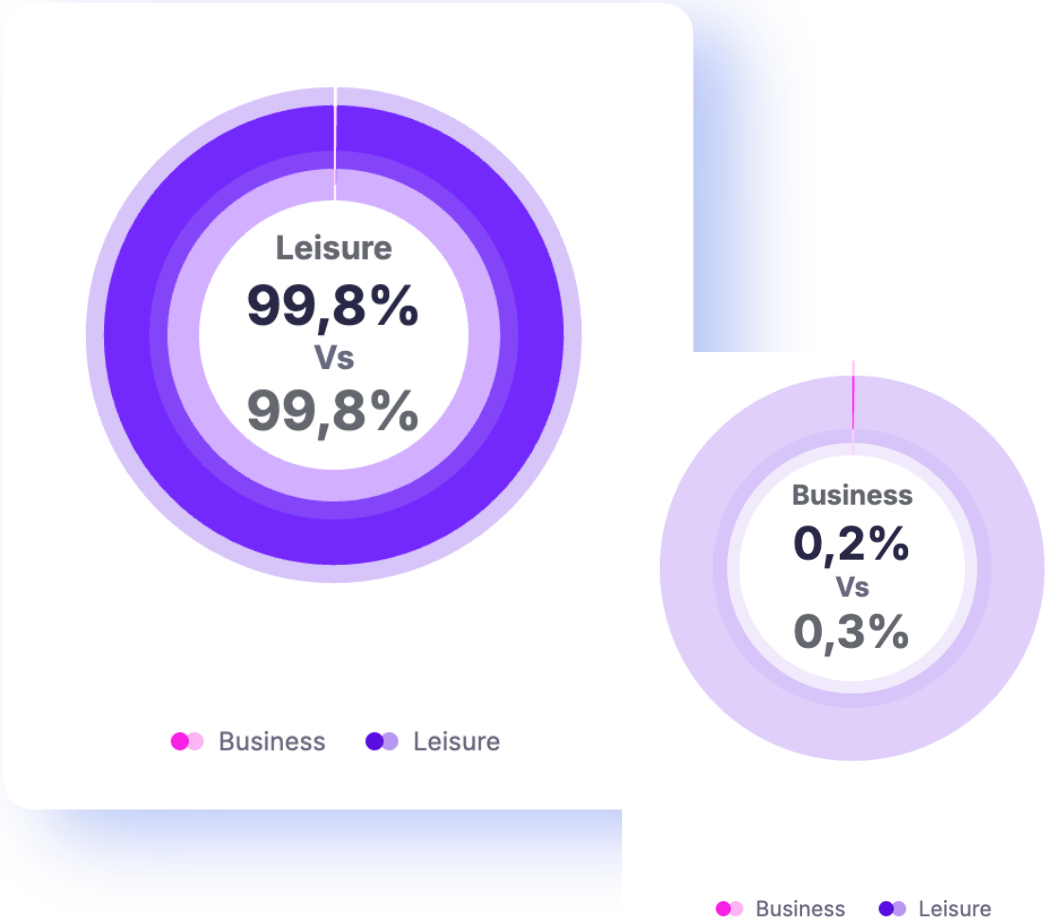
Distribuzione della spesa per origine e profilo

🕒 Confronto agosto 2025 vs agosto 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'estrapolazione di parti senza la presenza di un'autorizzazione scritta.