

VISIT PIEMONTE

# Sentiment analysis e dati per potenziare il turismo e superare i competitor



CHI SIAMO

# VisitPiemonte

VisitPiemonte - DMO Piemonte scrl è la società **in house** della Regione Piemonte e di Unioncamere Piemonte, che si occupa della valorizzazione turistica e agroalimentare del territorio.

All'interno della società, opera anche l'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte**, che ha il compito di analizzare lo stato dell'arte dell'offerta turistica e l'andamento e l'evoluzione dei flussi turistici, attraverso la raccolta, l'analisi e l'interpretazione dei dati.

Nel 2020, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte attivo in Visit-

Piemonte dà vita anche all'**Osservatorio delle Langhe, Monferrato e Roero** (Osservatorio LMR), grazie a una partnership siglata con Unioncamere Piemonte, Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, Ente Turismo Langhe Monferrato Roero e Banca d'Alba.

Uno strumento dedicato alla preziosa filiera turistica e agroalimentare di quest'area, con l'obiettivo di monitorare gli effetti di uno degli eventi enogastronomici più rilevanti nel panorama internazionale: **la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba**.

## LA SEDE

Via Antonio Bertola 34, Torino

## PRODOTTI UTILIZZATI

Data Appeal Studio

## AUTORI

Cristina Bergonzo, Responsabile Osservatorio Turistico della Regione Piemonte

Matteo Curcio, Sentiment Analyst Osservatorio Turistico della Regione Piemonte

## LE SFIDE

# Mettere il turista al centro per pianificare la crescita della destinazione in modo efficace

La storia dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte inizia nel 2006, in concomitanza con un evento che avrebbe trasformato il volto del turismo piemontese per sempre: le **Olimpiadi Invernali di Torino 2006**.

Da allora il Piemonte ha conosciuto una crescita importante in termini di flussi turistici: **a distanza di 10 anni, gli arrivi erano aumentati di oltre il 43% e i pernottamenti di oltre il 23%**. Un trend positivo che si è arrestato solo nel 2020 per lo scoppio della pandemia.



**Il turista è diventato il centro del nostro modello di analisi.**



Negli anni le evoluzioni socio-economiche e culturali del turismo ci hanno spinto a mettere il turista sempre più al centro delle nostre strategie: **d'altronde tutto ruota intorno al visitatore**, non solo protagonista del viaggio, ma anche soggetto attivo nella creazione dell'immagine della destinazione stessa con i suoi commenti, i suoi articoli e le sue recensioni online.



Durante la stesura del **Piano Strategico** Ma se da un lato le statistiche su arrivi e presenze in crescita ci spingevano a proseguire con gli investimenti nel settore, dall'altro non avevamo altri **indicatori "qualitativi"** per orientare opportunamente le nostre scelte: in primis il sentiment dei turisti.

Sentivamo l'urgenza di indagare in dettaglio il livello di soddisfazione dei viaggiatori con l'analisi delle loro "tracce digitali": **come ci percepiscono le persone, anche in base alla loro provenienza? Perché scelgono di soggiornare in Piemonte?**

## LE SFIDE

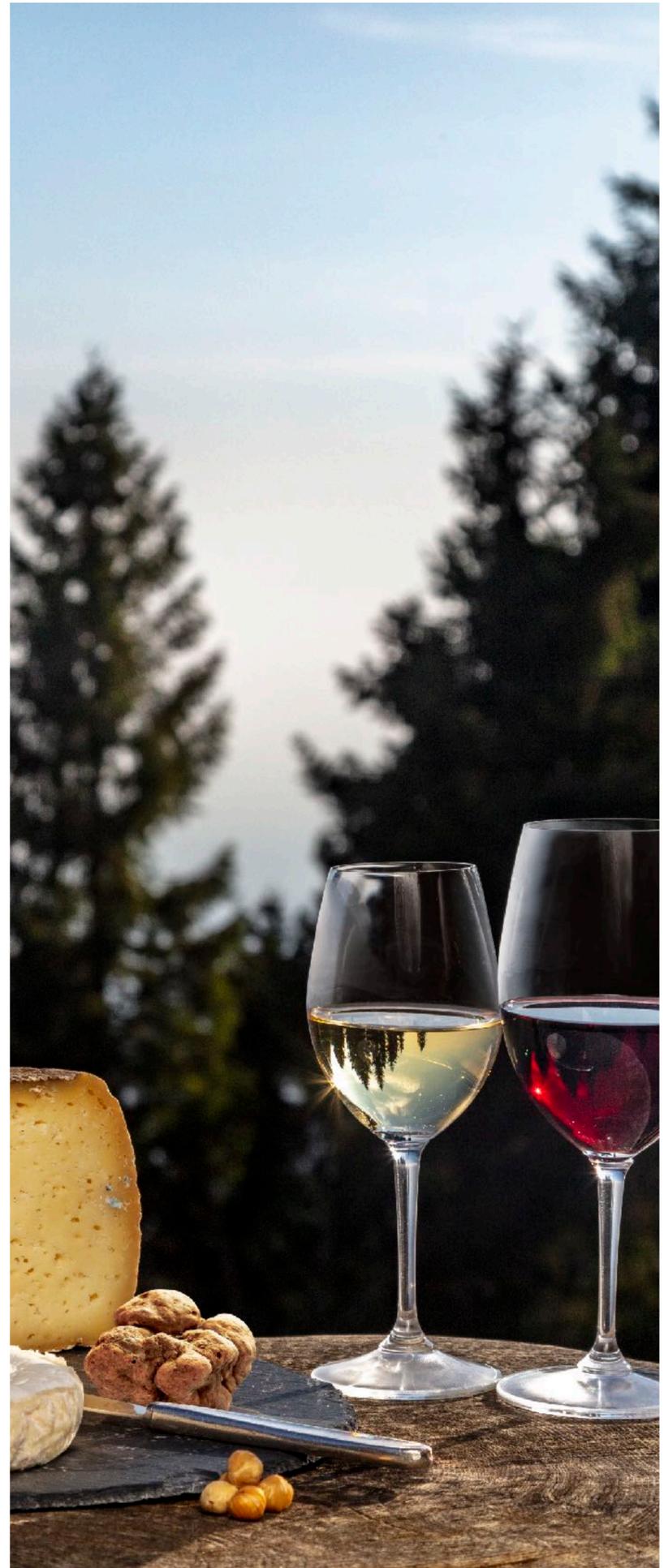
# Avere un quadro chiaro del sentiment dei turisti e fare benchmark con altre destinazioni

Per capire la reale percezione che i turisti avevano del Piemonte, cominciammo a condurre indagini sul campo, che presto, purtroppo, si rivelarono poco efficienti, perché comportavano un dispendio troppo alto di tempo e di risorse e ci permettevano di rilevare solo il sentiment per macro-temi o di avere giudizi complessivi sul soggiorno.

Non potevamo scendere nel dettaglio, monitorare in modo sistematico i risultati e fare confronti o sviluppare analisi di benchmark rispetto ad altre destinazioni di nostro interesse.



**Avevamo bisogno di uno strumento per individuare i nostri punti di forza e quelli di debolezza, su cui intervenire in linea con le evoluzioni del mercato.”**



Crediti Gianni Oliva Photography per VisitPiemonte

## I RISULTATI

# Sentiment Analysis: il tassello mancante per l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte

Nel 2020 abbiamo deciso di adottare la piattaforma di analisi territoriale Data Appeal Studio, uno strumento dall'interfaccia fresca e di facile utilizzo che ci sembrava in linea con le nostre necessità di DMO: **analizzare l'offerta e la domanda in tempo reale e programmare di conseguenza la nostra promozione e i nostri investimenti.**

L'analisi rigorosa della destinazione ci ha permesso di avere più chiaro quale fosse il modo in cui i turisti vedono e sperimentano il territorio, in ogni sua sfaccettatura: **qual è il sentiment del Piemonte a livello regionale, a livello di singole Agenzie Turistiche Locali, ma anche in base alla tipologia di vacanza.**



**L'adozione dello strumento è stato elemento di innovazione che ha suscitato interesse sia nel gruppo di lavoro sia agli occhi degli stakeholder con cui condividiamo i risultati.**



Il **Sentiment Score** - l'indicatore sul livello di soddisfazione dei visitatori - era il dato mancante che ci serviva per completare il nuovo cruscotto di indicatori dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte, strumento di analisi territoriale progettato per indirizzare le azioni di sostegno al turismo, soprattutto in questo momento di grande difficoltà causato dalla pandemia.

## Dati in crescita nel 2020

Grazie ai nuovi dati abbiamo potuto fare investimenti e pianificare azioni mirate a sostegno del nostro turismo, che nel 2020 hanno già dato i loro frutti. Le analisi rivelano che i territori delle Langhe Monferrato Roero e del Cuneese hanno registrato il sentiment più alto della regione: rispettivamente 89,9/100 (+0,4%) e 89,2/100 (+0,3%) in crescita rispetto al 2019.

La soddisfazione sui servizi ricettivi del Piemonte supera persino il livello medio nazionale. Le recensioni degli utenti italiani sono state maggiori rispetto a quelle estere, ma il sentiment di quest'ultimi è risultato più positivo (88,1/100 vs. 86,6/100).



## I RISULTATI

# Puntare sul benchmarking per diventare più competitivi

Per fare scelte più oculate in termini di investimenti marketing e di posizionamento, per noi sono molto rilevanti le **analisi di benchmark territoriali, che ci permettono di fare confronti** sia tra varie destinazioni all'interno della regione Piemonte, sia tra il Piemonte e altre destinazioni affini.

In base ai risultati possiamo davvero mettere in evidenza le **peculiarità** su cui puntare nelle strategie promozionali e progettare azioni di cross-selling di prodotti e partnership locali e regionali per essere più competitivi a livello globale.



I RISULTATI

# Il caso dell'Osservatorio Langhe Monferrato Roero: individuare i punti di forza rispetto ai competitor

Data Appeal Studio e le informazioni che ci ha fornito ci sono stati utili anche nell'ambito di partnership tra pubblico e privato, per sostenere e promuovere lo sviluppo economico di specifiche aree piemontesi e della loro imprenditoria locale. Ne è un perfetto esempio l'Osservatorio Langhe Monferrato Roero, nato per analizzare gli effetti e le implicazioni turistiche di un evento enogastronomico

tra i più importanti al mondo: la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba. I dati più interessanti, prima sconosciuti agli operatori, sono emersi dai confronti fra il prodotto turistico delle Langhe Monferrato Roero e quello di altri territori simili per vocazione enogastronomica; **Brunello, Chianti, Franciacorta – benchmark nazionale; e Borgogna – benchmark internazionale.**





Crediti VisitPiemonte-GettyImages

Guardando alle recensioni sulla rete, le Langhe Monferrato Roero hanno raccolto **un sentiment molto maggiore in particolare rispetto alla Borgogna**, in ogni comparto della filiera turistica:

- **Ricettività:** 93,6/100 vs 86,2/100;
- **Ristorazione:** 90,1/100 vs 84,2/100;
- **Attrazioni:** 90,5/100 vs 89,6/100;
- **Complessivo:** 90,9/100 vs 85,6/100.

Questi dati sono la testimonianza di quanto il nostro territorio sia competitivo e del valore della nostra offerta enogastronomica. Non a caso **il Piemonte è stato insignito del primo premio Italia Destinazione Digitale come Regione con la Migliore Offerta Enogastronomica** in base all'analisi del sentiment dei contenuti online a livello nazionale.

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Langhe Monf.to Roero

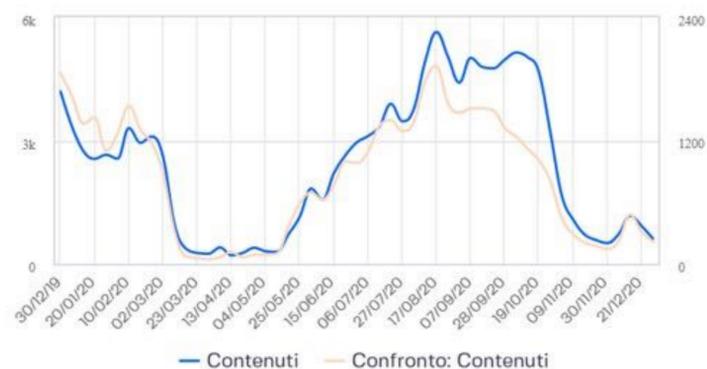
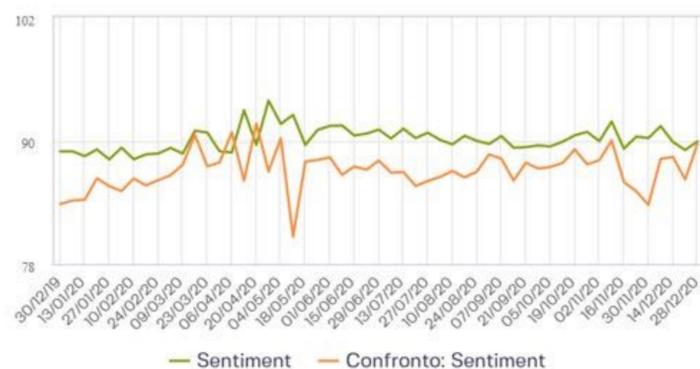
PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE A CONFRONTO  
Z. Franciacorta

ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DEI CONTENUTI

129,0k vs. 44,9k  
Contenuti

30,7 vs. 58,8  
Contenuti per POI



# Analizzare la filiera delle cantine

Il turismo enogastronomico del Piemonte genera un indotto di grande portata per la regione, dunque è fondamentale che venga monitorato e analizzato con costanza: da questo punto di vista Data Appeal Studio è stato uno strumento prezioso.

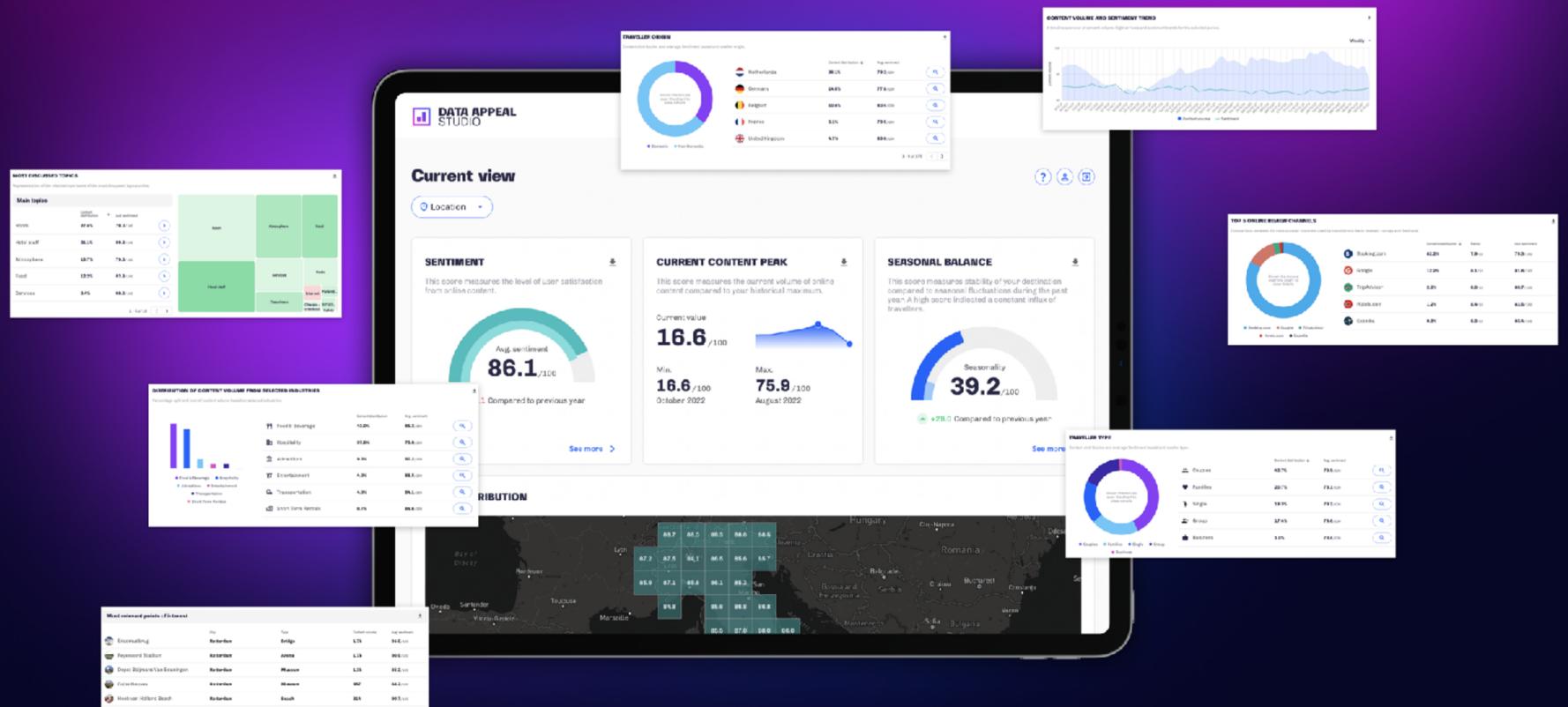
La piattaforma infatti ci permette di prendere in esame ogni comparto della filiera turistica (alloggi, ristorazione, attrazioni), ma anche di scendere nel

dettaglio delle componenti dei vari comparti.

Fra le attrazioni, ad esempio, siamo riusciti per la prima volta a tenere traccia delle performance della filiera delle cantine. Si tratta di uno degli aspetti di maggior richiamo per il turismo enogastronomico del Piemonte e ci teniamo ad approfondirlo soprattutto in vista della Conferenza Mondiale del Turismo del Vino, che si terrà ad Alba nel settembre 2022.



# Diventa una Destinazione Data-Driven



**Prova la nostra piattaforma di analisi territoriale all-in-one. Rendi la tua destinazione più forte e più competitiva, da ogni punto di vista.**

**Le migliori decisioni? Sono basate sui dati!**

Data Appeal Studio è la prima piattaforma di analisi territoriale per valutare, misurare e confrontare qualsiasi tipo di destinazione, gli operatori del territorio, i visitatori e i competitor.

Analizza a 360° l'esperienza di viaggio dei turisti e le performance della tua destinazione.

Prendi decisioni più sicure, pianifica azioni di marketing più efficaci e individua nuove opportunità di crescita.

Tutto quello che puoi fare con Data Appeal Studio per la tua destinazione:

- Analizza prenotazioni e arrivi
- Misura la reputazione online
- Confronta e supera i competitor
- Prendi le migliori decisioni strategiche

[Prova Data Appeal Studio](#)

