

PREMIO ITALIA DESTINAZIONE DIGITALE - EDIZIONE 2023 #IDD2023



# Tutti i Dati d'Italia

REPORT 2023



ITALIA DESTINAZIONE DIGITALE

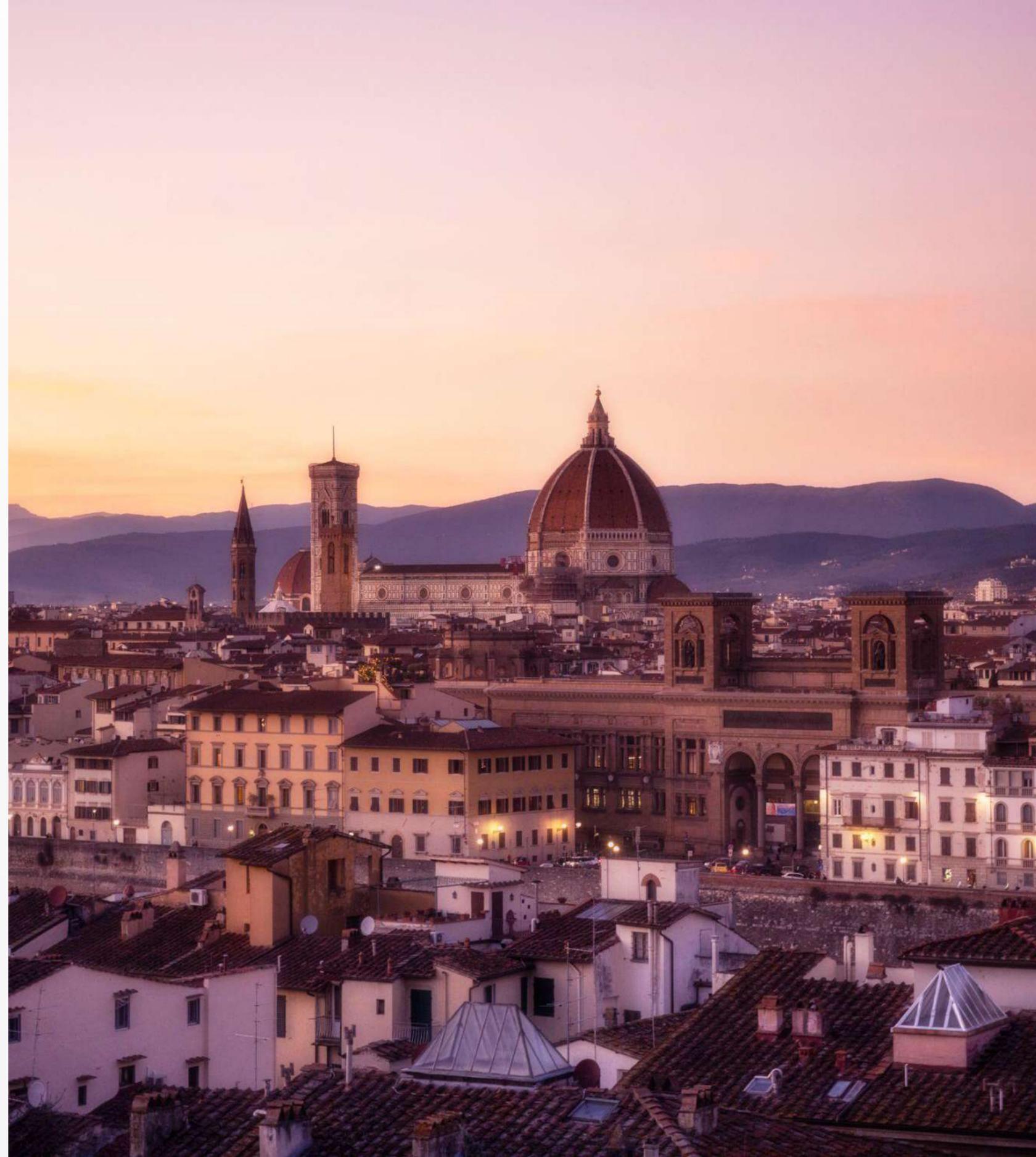
# Cos'è Italia Destinazione Digitale

Il Premio Italia Destinazione Digitale è il primo e unico premio nazionale dedicato alle destinazioni turistiche italiane che nell'ultimo anno hanno registrato le migliori performance online.

Il premio è stato ideato e condotto da The Data Appeal Company a partire dal 2016 e viene assegnato in base all'analisi dettagliata di miliardi di conversazioni online su ricettività, attrazioni e ristorazione, combinati con trend di settore, flussi, prenotazioni e prezzi di alberghi e voli aerei.

Il risultato è la più completa e dettagliata analisi dello stato dell'offerta turistica italiana, così com'è vissuta e raccontata dagli stessi visitatori.

#IDD2023 è la nuova edizione, rivista e ampliata nei canali e nei comparti coinvolti, con un occhio rivolto all'attualità e ai nuovi trend del turismo italiano.



# I numeri di IDD 2023



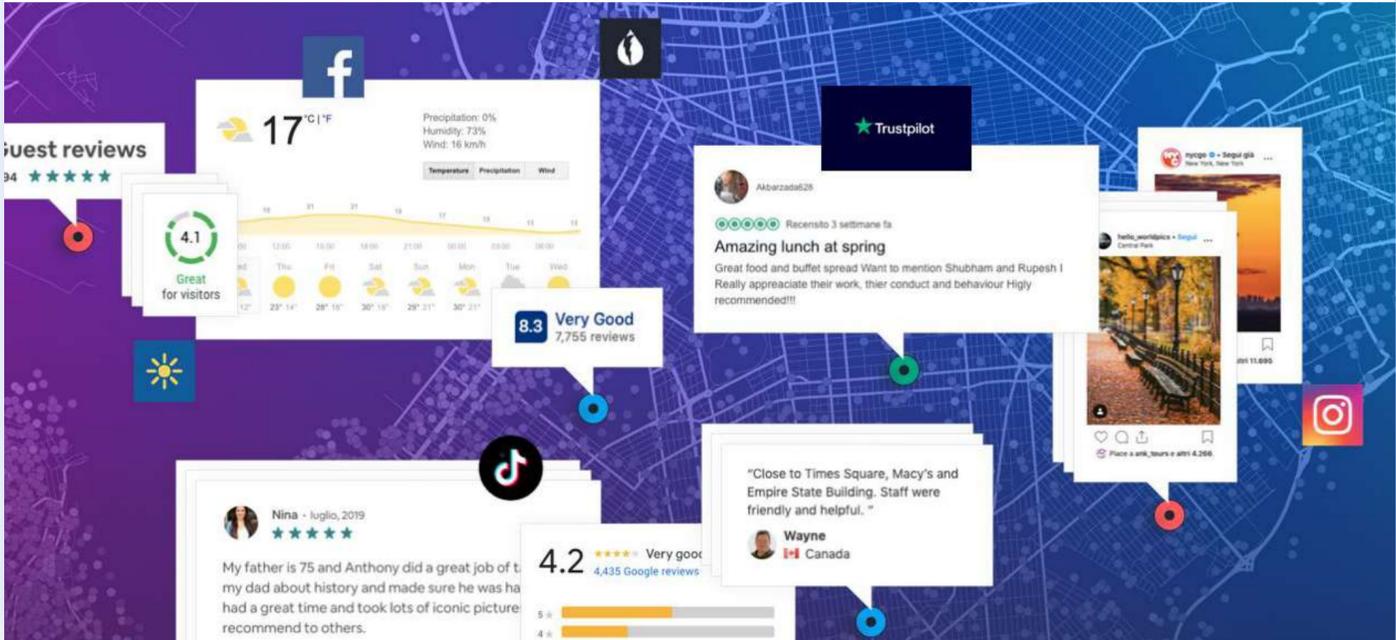
**876k**

PUNTI DI INTERESSE



**40MLN**

TRACCE DIGITALI



SET 2022 - AGO 2023

# Composizione dell'offerta turistica italiana

Distribuzione dei Punti di Interesse per tipologia



## Principali piattaforme monitorate



SET 2022 - AGO 2023

# Volume dei contenuti online

Distribuzione del volume dei contenuti per tipologia di Punti di Interesse



## Principali piattaforme monitorate



SET 2022 - AGO 2023

#IDD2023

# Stagionalità

Andamento nel tempo del volume dei contenuti

— Set 2021 - Ago 2022

— Set 2022 - Ago 2023

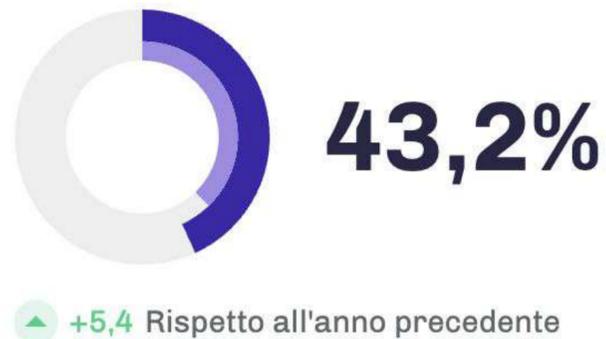


# Tariffe Medie e Saturazione OTA

SET 2022 - AGO 2023

## SATURAZIONE OTA

Stima del livello della saturazione attuale, (livello occupazione), nella tua destinazione.

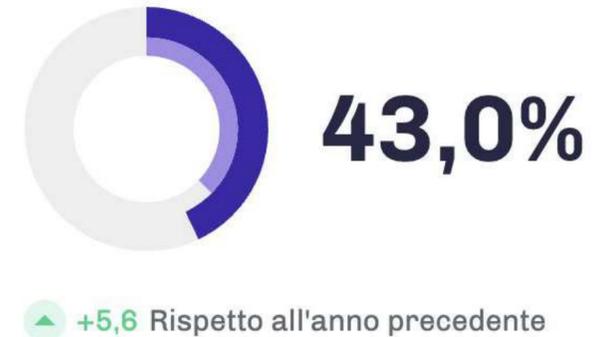


Tariffa min.  
**73€**  
▲ +8,1%

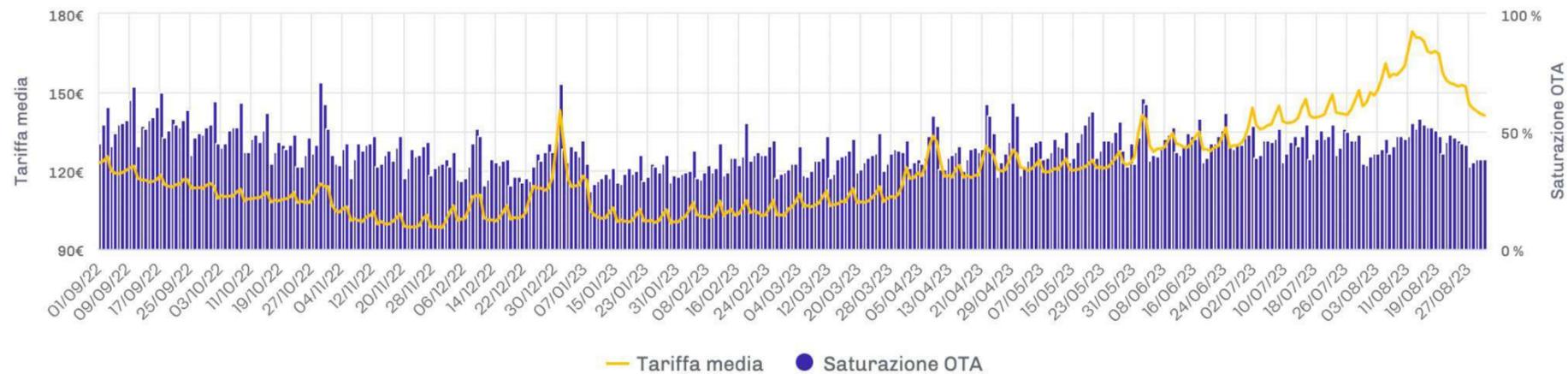
Tariffa media  
**119€**  
▲ +8,8%

Tariffa max.  
**251€**  
▲ +10,6%

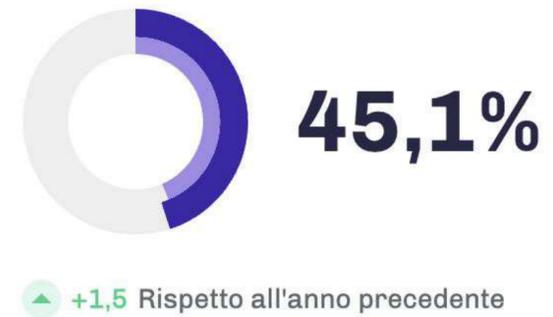
## RICETTIVITÀ



Tariffa min.  
▲ **75€**  
Tariffa media  
▲ **124€**  
Tariffa max.  
▲ **267€**



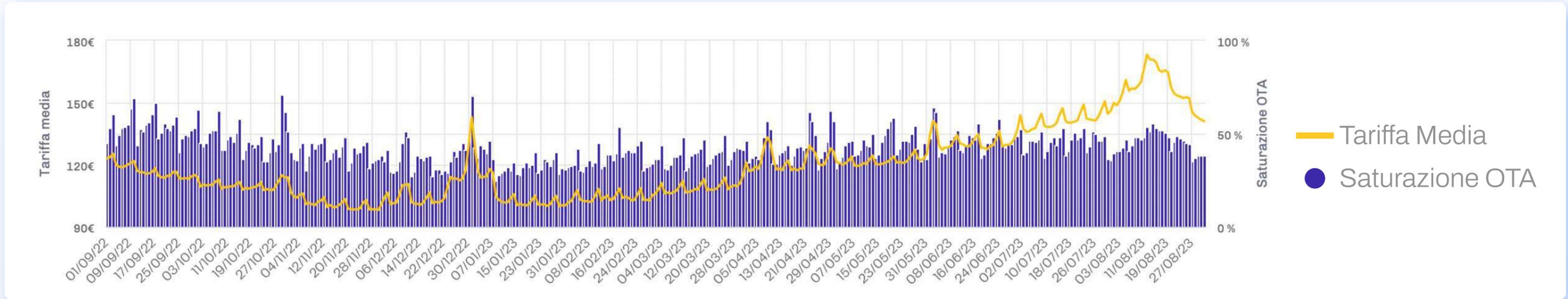
## AFFITTI BREVI



Tariffa min.  
▲ **69€**  
Tariffa media  
▲ **108€**  
Tariffa max.  
▲ **192€**

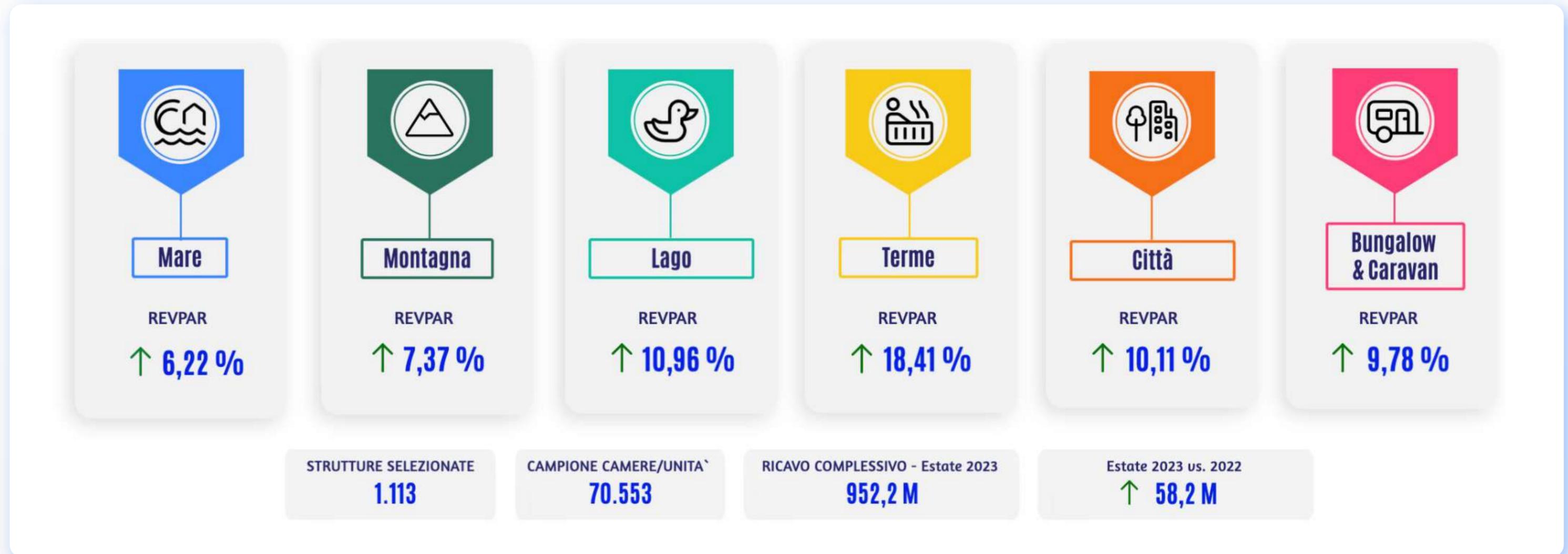
# Tariffe medie e sentiment strutture ricettive

SET 2022 - AGO 2023



# Variazione redditività per camera disponibile

GIU - SETT 2023 VS 2022



FONTE ANALISI:  **HBenchmark**  
Hospitality Data Intelligence

# Paesi di provenienza dei visitatori

**85/100**

SODDISFAZIONE VISITATORI STRANIERI



+5% rispetto al 2022 ▲

	Distribuzione tracce digitali	↓ Sentiment medio
 Italia	43,2%	84,4/100
 Germania	8,8%	84,9/100
 Francia	6,1%	84,4/100
 Regno Unito	3,8%	85,9/100
 Svizzera	3,2%	84,1/100

SET 2022 - AGO 2023

# Le tipologie di viaggio

	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
 Coppie	47,5%	85,5/100
 Famiglie	28,9%	84,8/100
 Amici/Gruppo	12,7%	84,6/100
 Singolo	10,4%	83,2/100
 Viaggio di lavoro	0,5%	81,5/100



SET 2022 - AGO 2023

# Le prospettive per i prossimi sei mesi

SET 2023 - MAR 2024

## Cosa accadrà nei prossimi mesi in termini di disponibilità e tariffe?

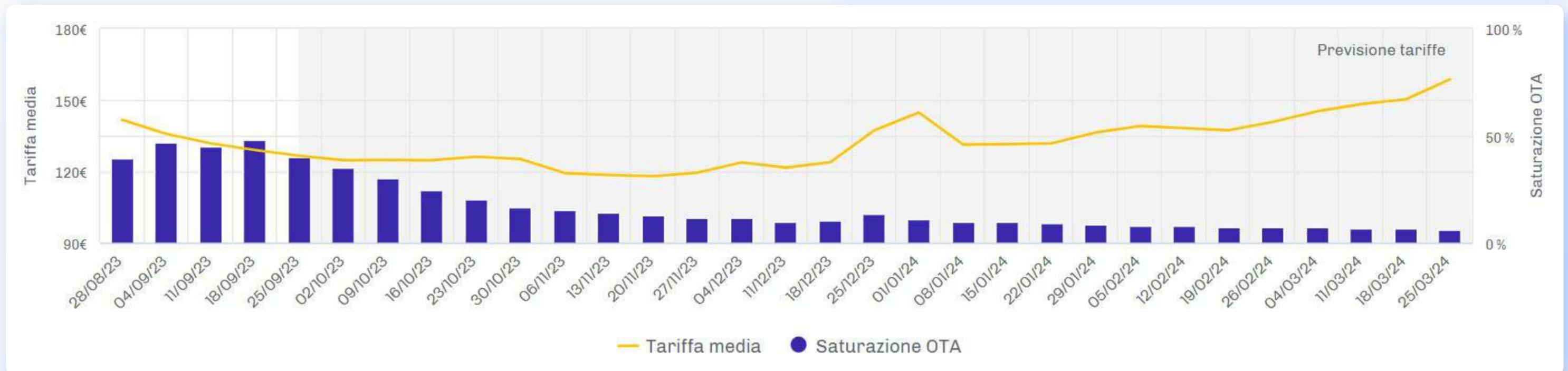
Le tariffe e le loro offerte analizzate sulle maggiori OTA, con il calcolo del tasso di saturazione, ovvero del rapporto tra offerte disponibili e quelle vendute (o non più disponibili).

### SATURAZIONE OTA

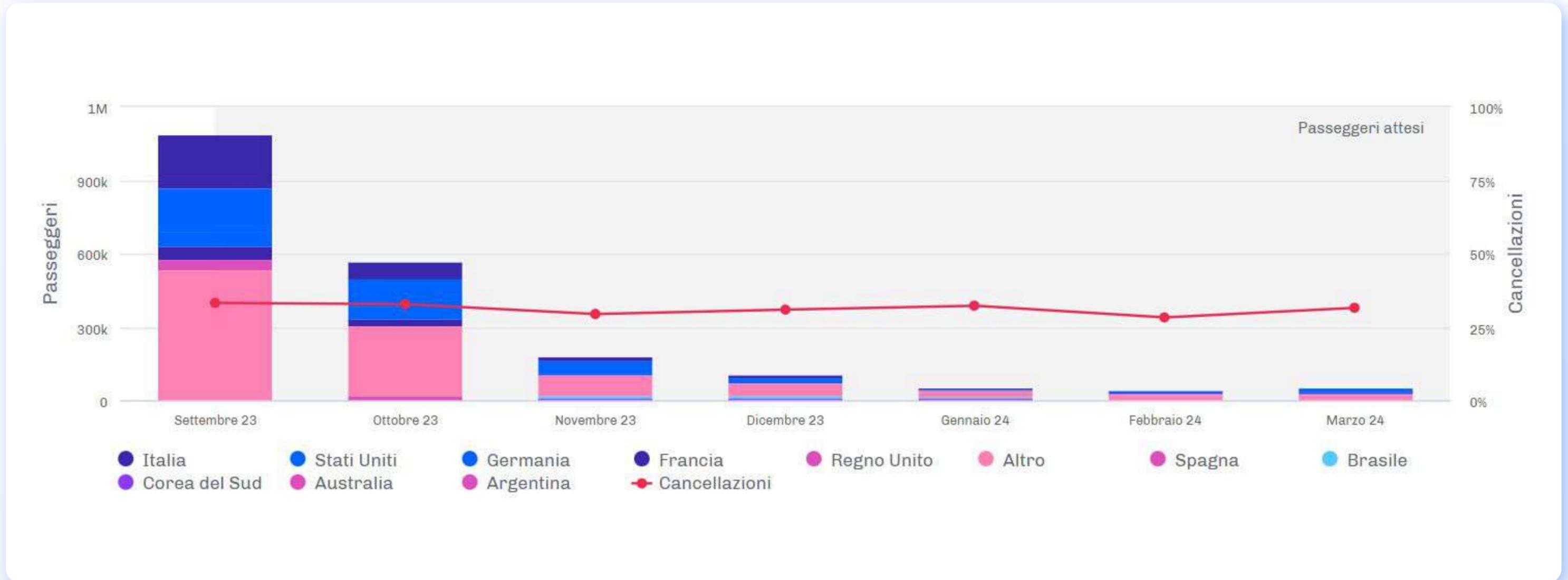


### TARIFFA MEDIA

130€

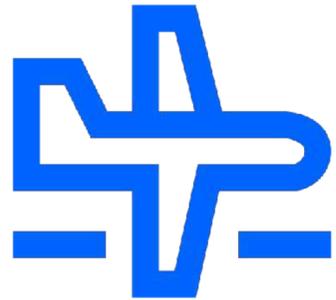


# Passeggeri in arrivo nei prossimi sei mesi



SET 2023 - MAR 2024

# Passeggeri in arrivo nei prossimi sei mesi



	Distribuzione passeggeri ↓	Cancellazioni	Finestra di prenotazione in giorni	Principale periodo di prenotazione	Principale periodo di arrivo
 Stati Uniti	19,2%	29,3%	145	ago	set
 Italia	15,8%	14,0%	49	set	set
 Germania	5,4%	29,6%	89	ago	set
 Francia	4,3%	19,3%	70	set	set
 Regno Unito	3,9%	33,7%	91	ago	set

SET 2023 - MAR 2024

#IDD2023

# Cosa apprezzano i turisti in Italia?

Top 10 attrazioni italiane ordinate per volume di contenuti

SET 2022 - AGO 2023

			CONTENUTI	SENTIMENT
6°	ARENA DI VERONA	Verona	24.147	93,2 /100
7°	VATICAN MUSEUMS	Roma	23.258	91,8 /100
8°	PONTE DI RIALTO	Venezia	22.810	93,4 /100
9°	PIAZZA SAN MARCO	Venezia	20.333	94,3 /100
10°	PIAZZA DEL DUOMO	Pisa	19.590	95,2 /100



MILANO

4° Duomo di Milano

CONTENUTI 26.8 mila  
SENTIMENT 94.7



1° Colosseo

CONTENUTI 58.9 mila  
SENTIMENT 94.4



2° Torre di Pisa

CONTENUTI 36.4 mila  
SENTIMENT 93.9

ROMA

3° Pantheon

CONTENUTI 32.2 mila  
SENTIMENT 95.1



5° Piazza Navona

CONTENUTI 24.6 mila  
SENTIMENT 95.1

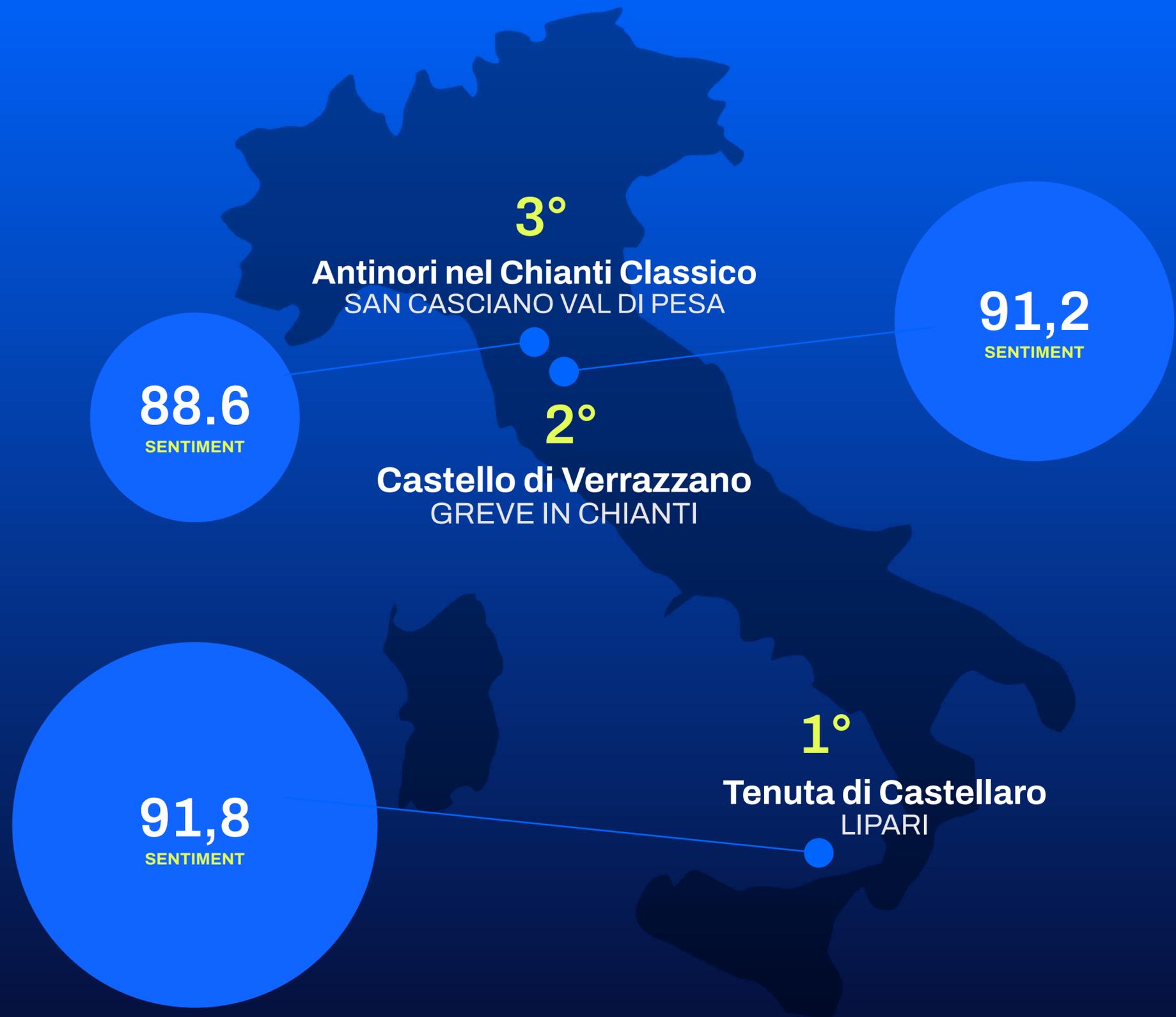


#IDD2023

# Focus: le cantine più apprezzate d'Italia

Le cantine che hanno registrato il Sentiment Score più alto

SET 2022 - AGO 2023



Premio  
Italia Destinazione Digitale  
Edizione 2023

# Analisi della **Ricettività**

Set 2022 - Ago 2023

# Presenza digitale



**129 k**

STRUTTURE RICETTIVE  
ONLINE ATTIVE IN ITALIA

DI CUI

**89 %**

ATTIVE NEGLI ULTIMI 6 MESI

Categoria	Strutture attive	Contenuti	Sentiment
B&B	38%	25,7%	88,1 /100
HOTEL	35%	63,4%	83,7 /100
AGRITURISMI	14%	4,1%	90,5 /100
CAMPEGGI	2%	2,2%	82,6 /100
ALTRI ALLOGGI	11%	4,3%	85,9 /100



# Le macro aree

**85,1 /100**

SENTIMENT MEDIO  
IN ITALIA

**-0,3** ▼

RISPETTO AL PERIODO  
PRECEDENTE



**NORD**  
-0,1 punti

**85,0** /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **ricettivo**



**CENTRO**  
-0,5 punti

**83,9** /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **ricettivo**



**SUD**  
-0,1 punti

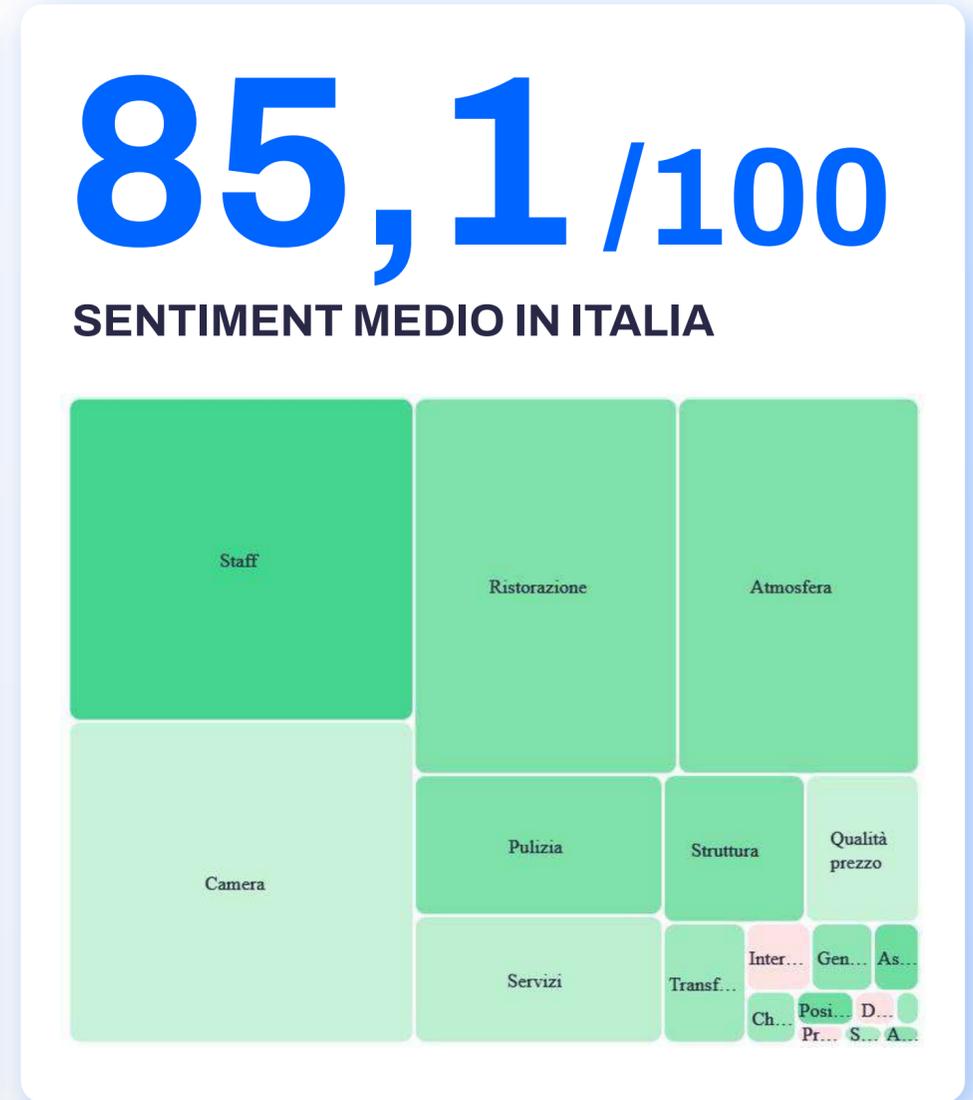
**86,7** /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **ricettivo**

# Argomenti di discussione



	Sentiment	Contenuti
Staff	94,2 /100 ▲	20% ▼
Camera	72,7 /100 ▼	20% ▲
Ristorazione	87,3 /100 ▲	18% ▼
Atmosfera	85,8 /100 ▼	17% ▲
Pulizia	87,4 /100 ▼	6% ▲
Servizi	74,5 /100 ▲	6% ▲
Struttura	86,4 /100 ▼	4% ▼
Qualità prezzo	71,3 /100 ▲	3% ▲
Transfer e Parcheggio	81,2 /100 ▲	2% ▲



Premio  
Italia Destinazione Digitale  
Edizione 2023

# Analisi degli affitti brevi

Set 2022 - Ago 2023

# Presenza digitale



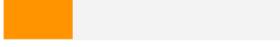
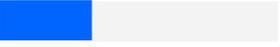
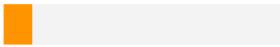
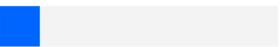
# 175 k

AFFITTI BREVI ONLINE  
ATTIVI IN ITALIA

DI CUI

# 85 %

ATTIVE NEGLI ULTIMI 6 MESI

Categoria	Strutture attive	Contenuti	Sentiment
CASA/ APPARTAMENTO	70% 	60,6% 	91,5 /100
AFFITTACAMERE	25% 	33,3% 	88,0 /100
APPARTAMENTO VACANZE	5% 	6,1% 	89,1 /100

# Le macro aree



**90,2 /100**

SENTIMENT MEDIO  
IN ITALIA

**-1,0** ▼

RISPETTO AL PERIODO  
PRECEDENTE



**NORD**  
-1,2 punti

**90,1 /100**

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **AFFITTI BREVI**



**CENTRO**  
-1,2 punti

**90,1 /100**

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **AFFITTI BREVI**



**SUD**  
-0,7 punti

**90,5 /100**

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **AFFITTI BREVI**

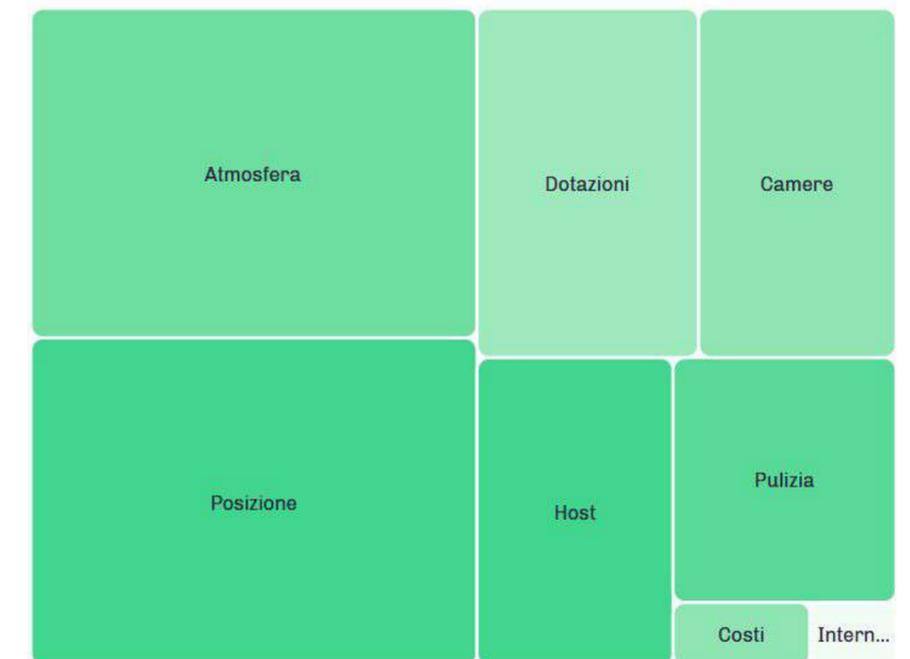
# Argomenti di discussione



	Sentiment	Contenuti
Atmosfera	89,8 /100 ▼	26% ▼
Posizione	95,0 /100 ▼	26% ▲
Dotazioni	79,8 /100 ▼	14% ▲
Camere	84,2 /100 ▼	12% ▼
Host	94,6 /100 ▼	11% ▼
Pulizia	91,1 /100 ▼	10% ▼
Costi	82,7 /100 ▼	1,5% ▲
Internet	60,7 /100 ▼	1% ▼

# 90,2 /100

SENTIMENT MEDIO IN ITALIA



Premio  
Italia Destinazione Digitale  
Edizione 2023

# Analisi di Locali e Ristorazione

Set 2022 - Ago 2023

# Presenza digitale



**336 k**

ATTIVITÀ LOCALI E  
RISTORAZIONE ONLINE  
ATTIVI IN ITALIA

DI CUI

**90 %**

ATTIVE NEGLI ULTIMI 6 MESI

Categoria	Strutture attive	Contenuti	Sentiment
RISTORANTE	33%	54,0%	86,6 /100
BAR	23%	10,3%	85,8 /100
PIZZERIA	11%	14,8%	86,3 /100
GELATERIA	3%	3,2%	89,1 /100
ALTRI LOCALI	30%	10,9%	85,9 /100

# Le macro aree



# 86,4 /100

SENTIMENT MEDIO  
IN ITALIA

# +0,1 ▲

RISPETTO AL PERIODO  
PRECEDENTE



**NORD**

0,0 punti

# 86,2 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **Locali e  
Ristorazione**



**CENTRO**

0,0 punti

# 86,9 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **Locali e  
Ristorazione**



**SUD**

+0,3 punti

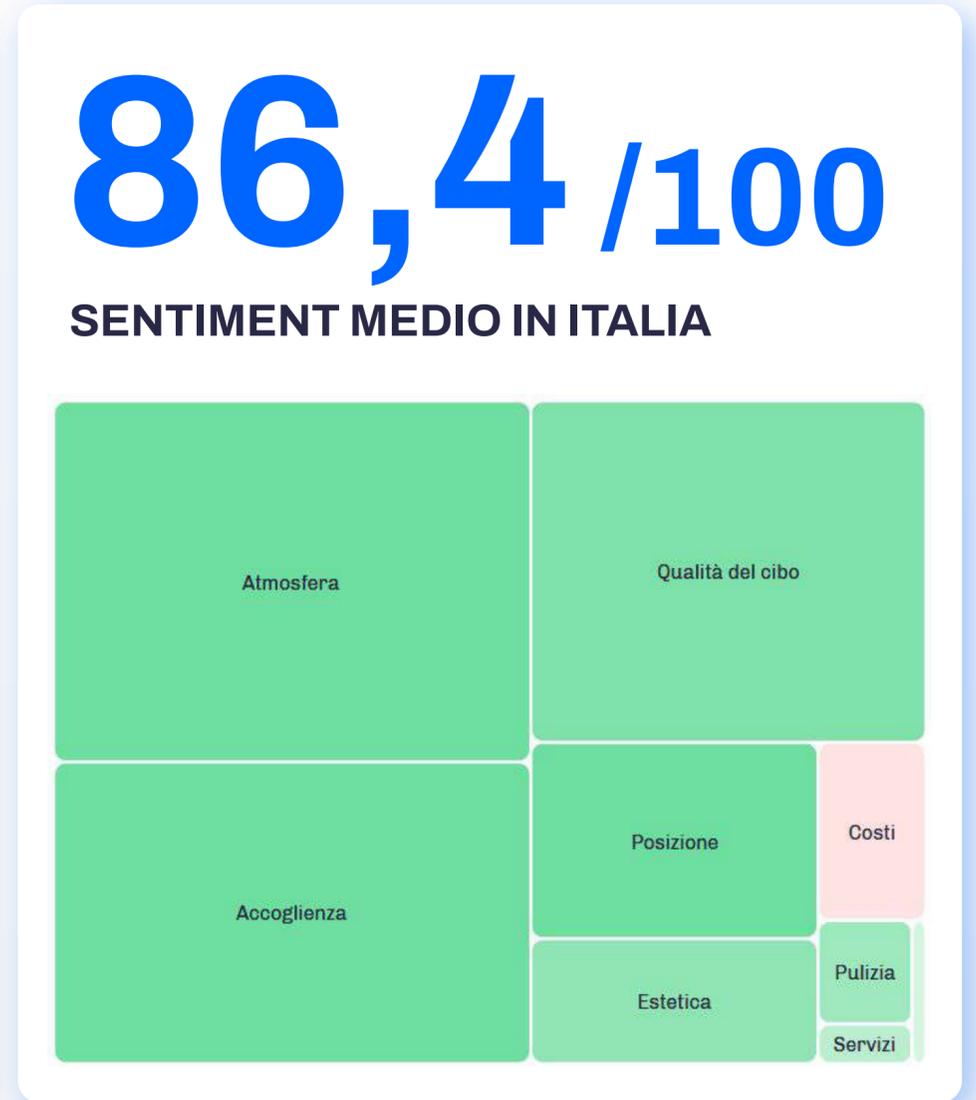
# 86,1 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI  
nel comparto **Locali e  
Ristorazione**

# Argomenti di discussione



	Sentiment	Contenuti
Atmosfera	88,4 /100 ▼	30% ▲
Accoglienza	90,1 /100 ▼	25% ▲
Qualità del cibo	85,9 /100 ▼	23% ▼
Posizione	90,8 /100 ▼	10% ▼
Estetica	83,7 /100 ▼	6% ▲
Costi	52,1 /100 ▼	3% ▼
Pulizia	81,2 /100 ▼	2% —
Servizi	73,1 /100 ▼	1% ▼
Organizzazione	69,7 /100 ▲	0,3% ▼



Premio  
Italia Destinazione Digitale  
Edizione 2023

# Analisi delle **Attrazioni**

Set 2022 - Ago 2023

# Presenza digitale



**141k**

ATTRAZIONI ATTIVE  
ONLINE IN ITALIA

DI CUI

**80%**

ATTIVE NEGLI ULTIMI 6 MESI

Categoria	Strutture attive	Contenuti	Sentiment
ATTRAZIONE	13%	29,1%	91,3 /100
PARCO	12%	10,4%	88,1 /100
MUSEO	8%	14,6%	91,6 /100
BAGNO/LIDO	7%	7,8%	85,3 /100
ALTRE ATTRAZIONI	60%	20,9%	92,7 /100

\* Monumenti, teatri, biblioteche, castelli, esperienze, lidi, ecc.



# Le macro aree

**90,9** /100

SENTIMENT MEDIO  
IN ITALIA

**+0,3**▲

RISPETTO AL PERIODO  
PRECEDENTE



**NORD**  
**+0,1** punti

**90,8** /100

SENTIMENT DEI VISITATORI  
nel comparto **attrazioni**



**CENTRO**  
**+0,3** punti

**91,8** /100

SENTIMENT DEI VISITATORI  
nel comparto **attrazioni**



**SUD**  
**+0,4** punti

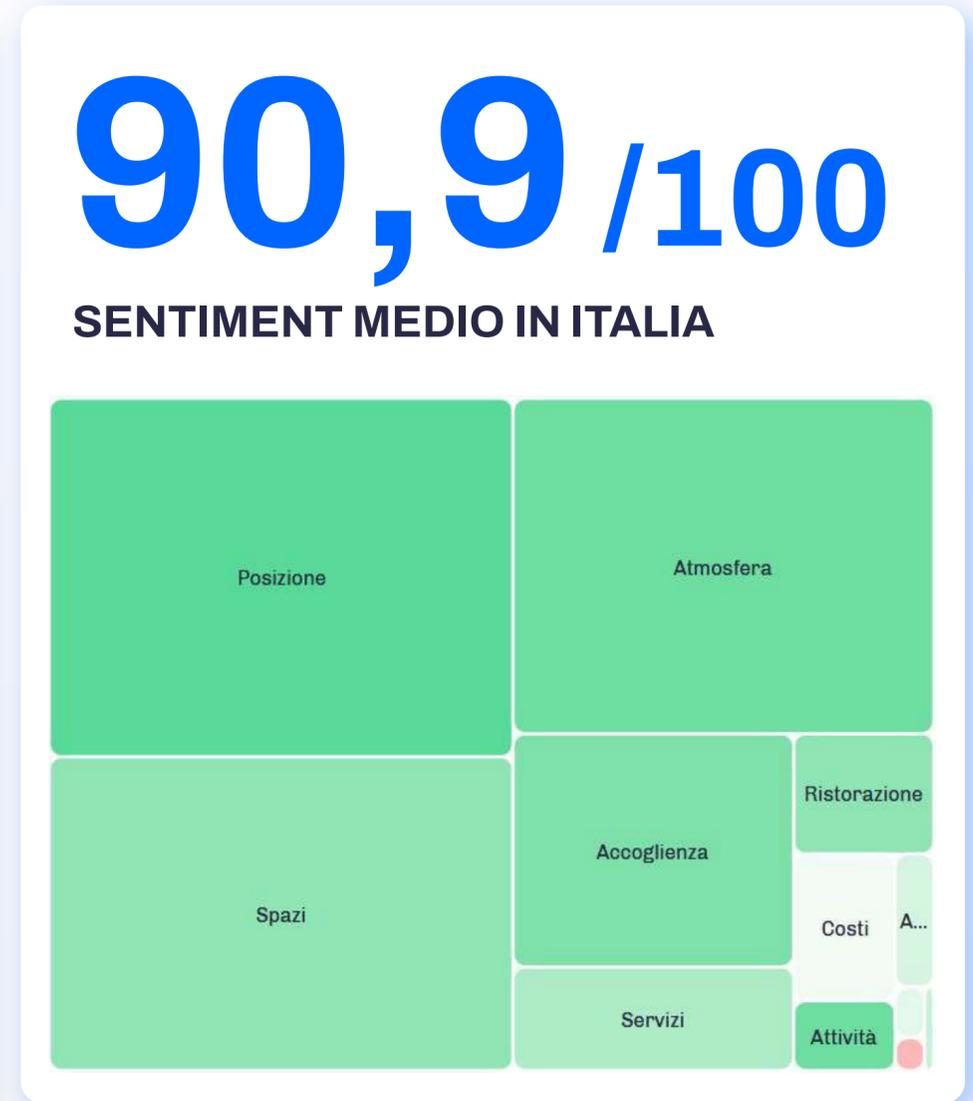
**90,0** /100

SENTIMENT DEI VISITATORI  
nel comparto **attrazioni**

# Argomenti di discussione



	Sentiment	Contenuti
Posizione	92,7 /100 ▼	28% ▼
Spazi	84,7 /100 ▼	24% ▼
Atmosfera	90,8 /100 ▼	24% ▲
Accoglienza	87,6 /100 ▼	11% ▲
Servizi	78,7 /100 ▼	5% ▲
Ristorazione	83,9 /100 ▼	3% ▼
Costi	61,0 /100 ▲	3% ▲
Attività	89,7 /100 ▼	1% ▲
Accessibilità	68,6 /100 ▼	1% ▲



# Metodologia

# Metodologia

The Data Appeal Company è un **data provider di alternative data**. Attraverso le proprie tecniche proprietarie raccoglie e monitora la presenza digitale dei **POI**, ovvero i **punti di interesse di un'area**, attraverso l'analisi di decine di portali, siti web, OTA, social media, dai più noti a quelli più specializzati per comparto.

La metodologia di recupero prevede un processo di ricognizione e di riconduzione univoca attraverso un algoritmo che ha lo scopo di **massimizzare la probabilità che i canali esplorati siano relativi al medesimo POI**.

Dopo un complesso processo di data quality, per ciascun POI rilevato vengono esplorate caratteristiche proprie - come localizzazione, tipologia, servizi - e dei visitatori - come provenienza, lingua, tipologia di viaggio. I contenuti della digital human experience (recensioni, giudizi, commenti, punteggi, ecc.) vengono **letti e analizzati semanticamente attraverso meccanismi proprietari di intelligenza artificiale nel linguaggio naturale**, nella forma originale, per identificare le logiche e il tono emozionale.

Il risultato principale è il **Sentiment Score**, 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 e 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 sofisticati tool di Business Intelligence dedicati e a tecniche di Data Visualization, i dati vengono offerti in maniera interattiva attraverso la piattaforma **D / AI Destinations** di modo che ogni tipologia di utente abbia la possibilità di leggere tutte le informazioni necessarie in maniera autonoma. The Data Appeal Company SpA (ex Travel Appeal) è stata acquisita nel 2022 da Almax SpA, società quotata sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana e parte del gruppo Almax.

Il presente report è il frutto di un'analisi di 40 milioni di contenuti online dal 1 settembre 2022 al 31 agosto 2023 (ove non sia specificato diversamente) su circa 876 mila punti d'interesse in Italia nei comparti ricettività, locali e ristorazione, attrazioni e affitti brevi. L'analisi delle tariffe OTA, dei voli e dei passeggeri in arrivo è estratta dalla piattaforma D / AI Destinations. I dati della Sezione Voli sono forniti dal partner Travelport e relativi ai principali GDS internazionali. I premi e i riconoscimenti derivano da metodologie sintetizzate nelle singole descrizioni.

Per maggiori informazioni: [info@datappeal.io](mailto:info@datappeal.io)



# I Premi



EDIZIONE 2023



# Premio Cashless Destination



Destinazione con il più importante utilizzo di pagamenti elettronici





Premio  
Cashless  
Destination



# EMILIA ROMAGNA

Destinazione con il più importante utilizzo di pagamenti elettronici



Powered by:

THE DATA APPEAL COMPANY

 Premio Almawave  
Smart Destination 

PREMIO SPECIALE  
2023





Premio Almage  
Smart Destination



**BARI**

Destinazione che si è distinta nella gestione e nell'approccio  
innovativo e data-driven al destination management



Powered by:

THE DATA APPEAL COMPANY





# Premio Secondary City



La migliore città secondaria d'Italia tra i centri minori che rispondono  
a criteri di performance e con capacità economiche importanti



Premio  
Secondary City

**PESARO**

1° PESARO  
(MARCHE)

2° SONDRIO  
(LOMBARDIA)

3° PERUGIA  
(UMBRIA)





# Premio Destination Sustainability Index



Destinazione che ha registrato la media più elevata del  
Sustainability Index nel 2022



Premio Destination  
Sustainability Index

TRENTINO

Destinazione che ha registrato la media più elevata del  
Destination Sustainability Index nel 2022



# Premio Inclusivity Index



Destinazione che ha registrato la media più elevata  
dell'Inclusivity Index nel 2022





# BOLOGNA

Destinazione che ha registrato la media più elevata  
dell'Inclusivity Index nel 2022

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY



# Destinazione europea più apprezzata dagli italiani

Destinazione europea con il migliore rapporto  
tra livello di soddisfazione e popolarità per gli italiani in vacanza

 Destinazione europea più apprezzata dagli Italiani 

**CRETA**

Destinazione europea con il migliore rapporto tra livello di soddisfazione e popolarità per gli italiani in vacanza

# Premio Destinazione più apprezzata dagli stranieri



La destinazione che ha registrato il **Sentiment più elevato** nei comparti considerati, in relazione alla quantità media di contenuti per punti d'interesse attivi (POI)

Destinazione più apprezzata dagli stranieri

UMBRIA

1° UMBRIA

2° TRENTINO

3° BASILICATA

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY

# Destinazione con la Miglior Offerta Enogastronomica

La regione che ha registrato il sentiment più elevato nei comparti  
considerati sul cluster **Cibo / qualità del cibo**

 Destinazione con la Miglior  
Offerta Enogastronomica 

# LANGHE MONFERRATO ROERO PIEMONTE

1° LANGHE MONFERRATO  
ROERO  
(PIEMONTE)

2° DOLOMITI PAGANELLA  
(TRENTINO)

3° VALLE D'ITRIA -  
MURGIA DEI TRULLI  
(PUGLIA)

# Destinazione con la Miglior Reputazione

Destinazione con il migliore rapporto tra livello  
di soddisfazione e popolarità turistica



Destinazione con la Miglior  
Reputazione



# BASILICATA

1° BASILICATA

2° PUGLIA

3° LOMBARDIA



