

SAN GIMIGNANO

Report di Destinazione: Comune di San Gimignano

Cosa raccontano le tracce digitali?

MONITORAGGIO DELLA DESTINAZIONE
MAGGIO 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: Maggio 2025

Periodo di confronto: Maggio 2024

Per l'analisi della spesa, i periodi di riferimento sono due : marzo 2025, a confronto con marzo 2024 e aprile 2025, a confronto con aprile 2024.

Sintesi dei risultati:

- *Volume delle tracce digitali:* diminuzione generale dell'attività online relativa alla destinazione, rispetto a Maggio 2024
- *Sentiment:* percezione prevalentemente positiva della destinazione, con un lieve incremento di +0.6 punti rispetto a Maggio 2024.
- *Mercati di Provenienza:* la maggioranza dei visitatori proviene da mercati europei consolidati, Francia, Germania, Stati Uniti. Si rilevano Sentiment simili per le diverse nazionalità.
- *Piattaforme OTA:* flessione del tasso di saturazione (-3,5%), e aumento delle tariffe medie (+9,1%) rispetto a Maggio 2024.
- *Sostenibilità:* equilibrio nella media tra sviluppo turistico e sostenibilità. Rispetto a Maggio 2024, si osserva una lieve flessione generale (-4,0%), con criticità legate soprattutto alla gestione dell'overtourism, anche se in lieve miglioramento (+2,8%).
- *Spesa turistica (dati VISA)* marzo 2025 vs marzo 2024: volume di spesa in calo rispetto a marzo 2024 (- 12,9%). La spesa media settimanale per carta è in aumento (+ 8,6%), ma diminuisce il numero delle carte registrate (- 3,4%).
aprile 2025 vs aprile 2024: volume di spesa in calo rispetto ad Aprile 2024 (- 9,1%). La spesa media settimanale per carta è in diminuzione (- 6,4%), ma aumenta il numero delle carte registrate (+20,9%).



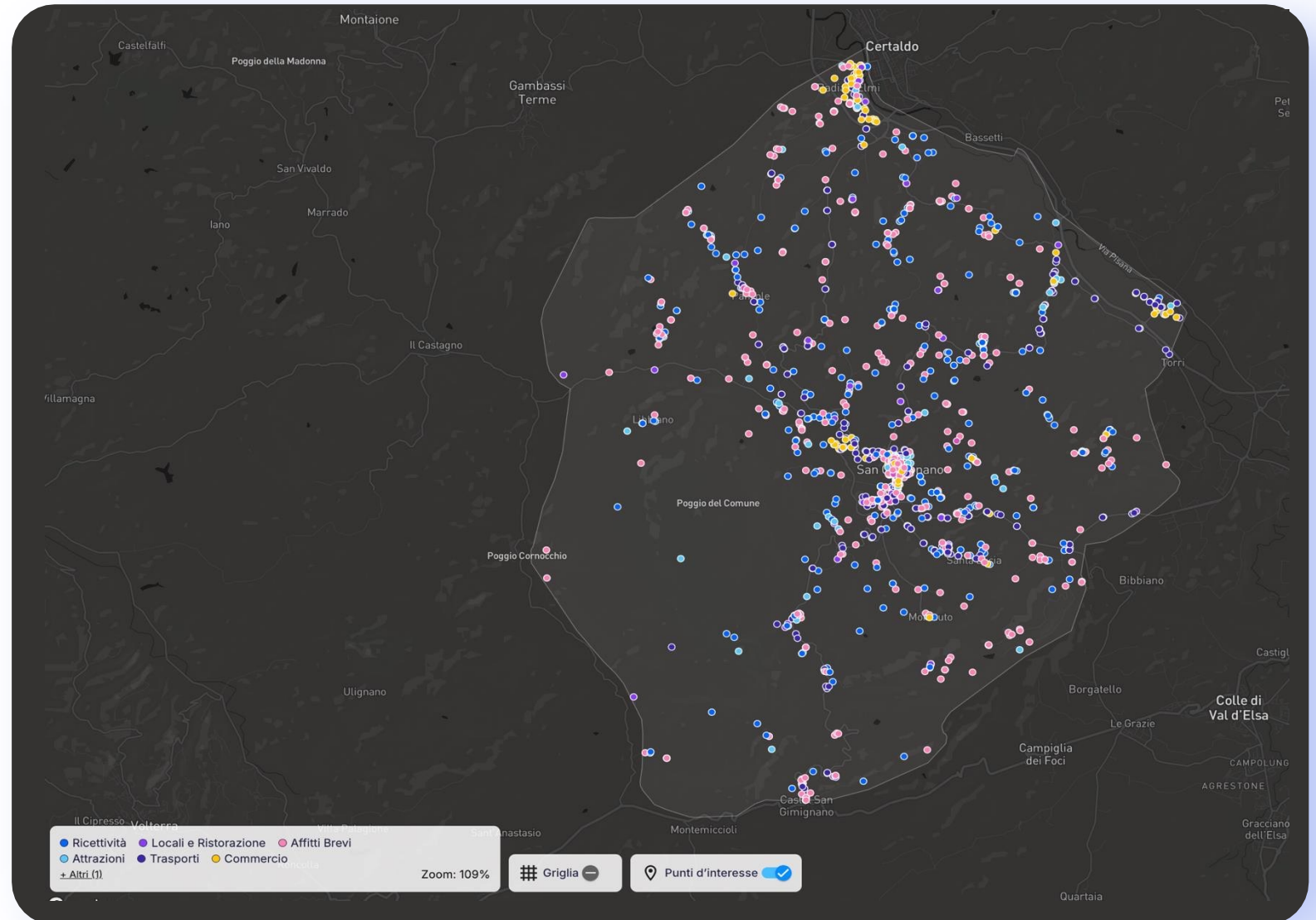
Area geografica e punti di interesse analizzati



Comune di San Gimignano



Maggio 2025



Distribuzione delle tracce digitali

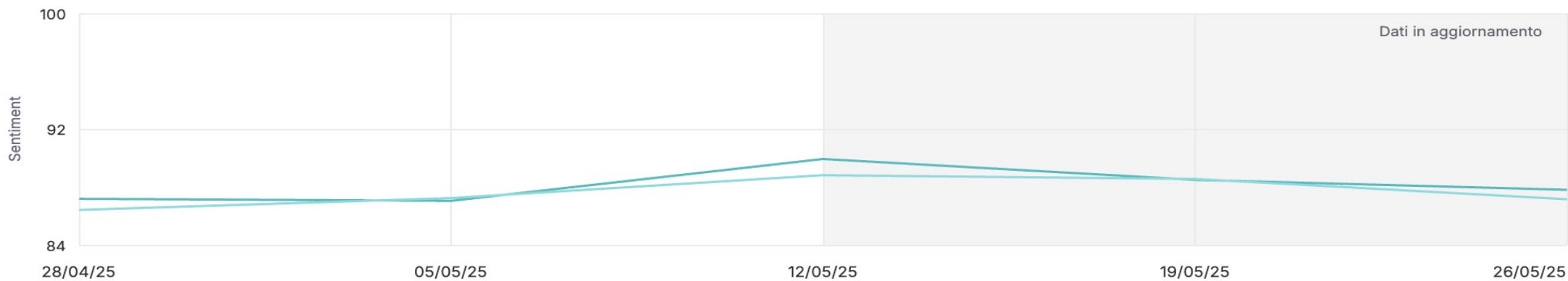
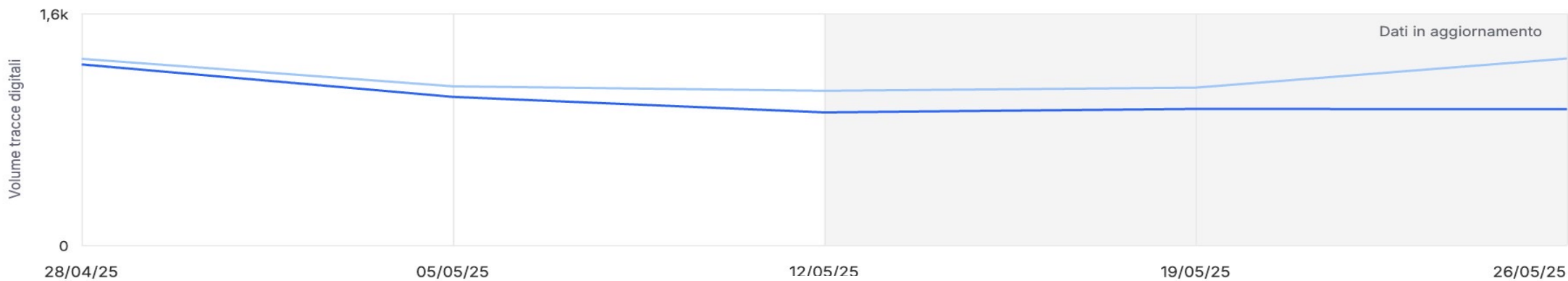
Confronto tra maggio 2025 vs maggio 2024

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 5,6k

Settimanale

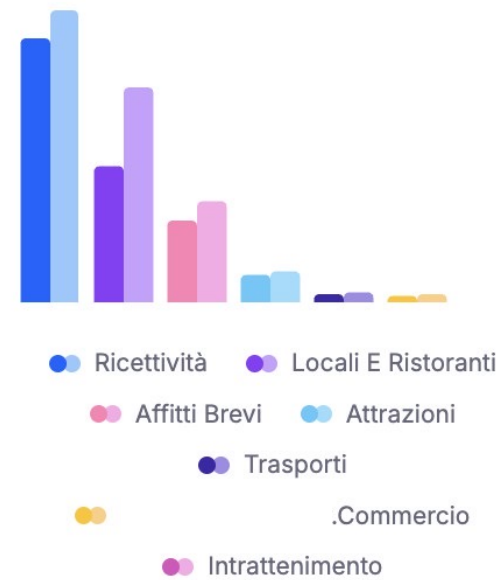
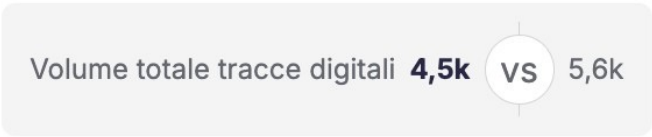


Distribuzione delle tracce digitali

Confronto tra maggio 2025 vs maggio 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	50,2%	▼ 2,2k	▲ 88,3/100
	44,3%	2,5k	86,8/100
Locali e Ristorazione	26,0%	▼ 1,2k	▲ 86,7/100
	32,7%	1,8k	86,0/100
Affitti Brevi	15,5%	▼ 693	▼ 89,6/100
	15,3%	858	91,2/100
Attrazioni	5,3%	▼ 236	▼ 91,8/100
	4,9%	274	92,4/100
Trasporti	1,7%	▼ 77	▲ 87,6/100
	1,5%	84	80,2/100
Commercio	1,2%	▼ 55	▼ 80,4/100
	1,3%	73	84,8/100

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

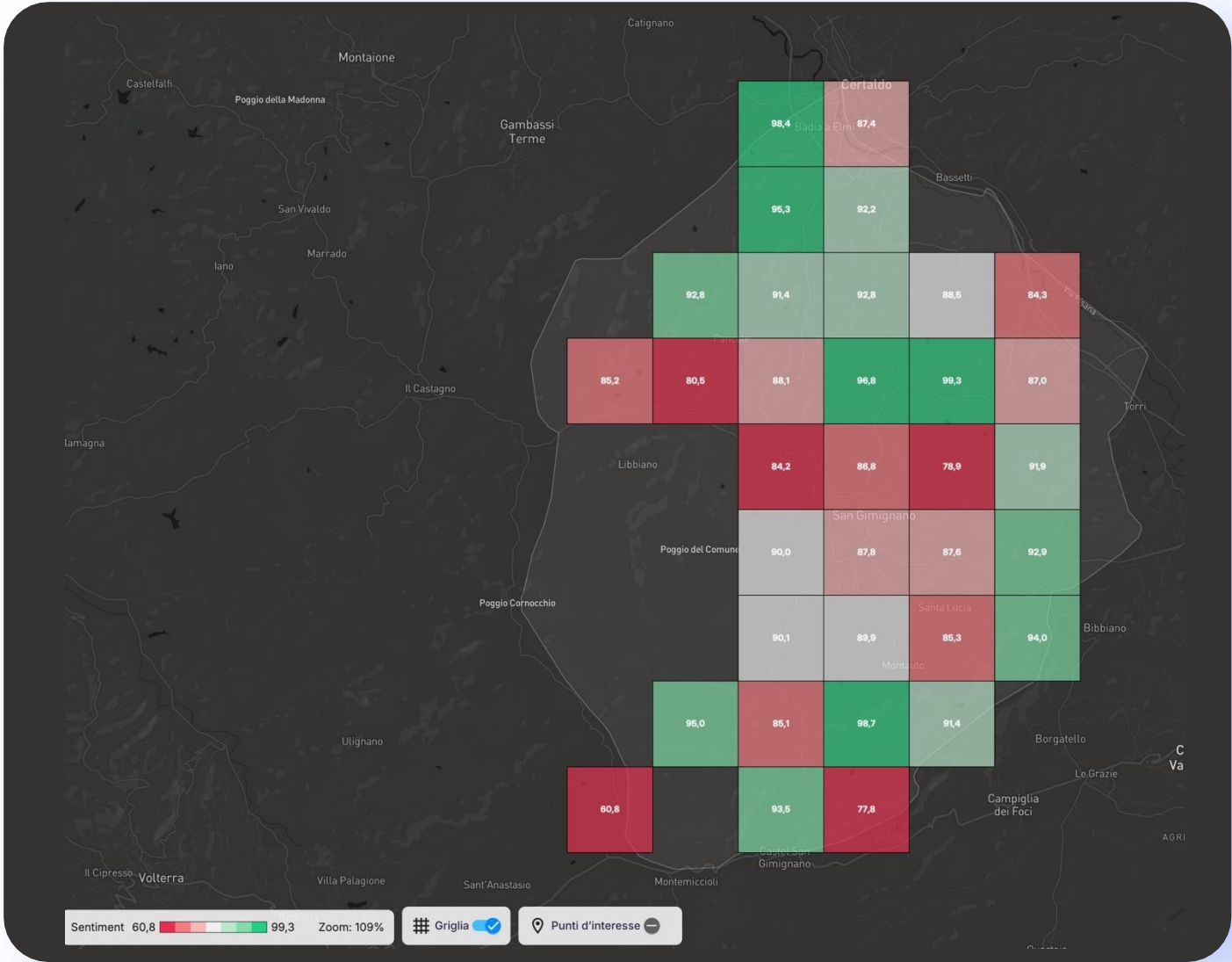
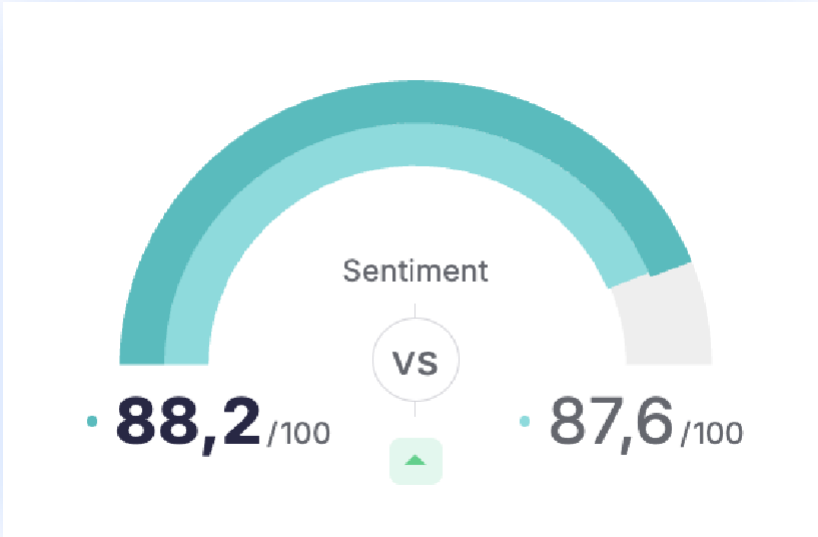
o negative.

San Gimignano - Unesco /



Sentiment Index: Mappa Territoriale

Confronto tra maggio 2025 vs maggio 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.

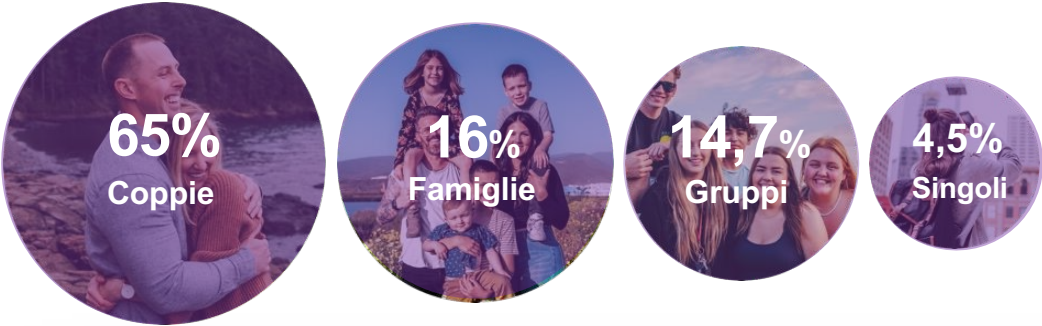
Mercati e Visitatori

Confronto maggio 2025 vs maggio 2024

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Italia	▲ 23,5% 20,2%	▲ 85,3/100 84,9/100
 Francia	▼ 8,2% 8,2%	▲ 86,2/100 83,8/100
 Germania	▼ 7,0% 12,0%	▼ 87,1/100 87,5/100
 Stati Uniti	▲ 5,4% 4,9%	▲ 93,4/100 92,4/100
 Regno Unito	▲ 4,5% 4,2%	▼ 87,5/100 88,0/100

Con chi viaggiano?



	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Spagna	▲ 3,8% 3,7%	▲ 85,2/100 82,8/100
 Paesi Bassi	▲ 3,6% 3,6%	▼ 83,3/100 84,8/100
 Austria	▼ 3,3% 3,6%	▲ 87,8/100 85,9/100
 Brasile	▼ 3,2% 3,9%	▲ 89,3/100 88,2/100
 Israele	▲ 2,9% 1,7%	▲ 90,2/100 89,4/100

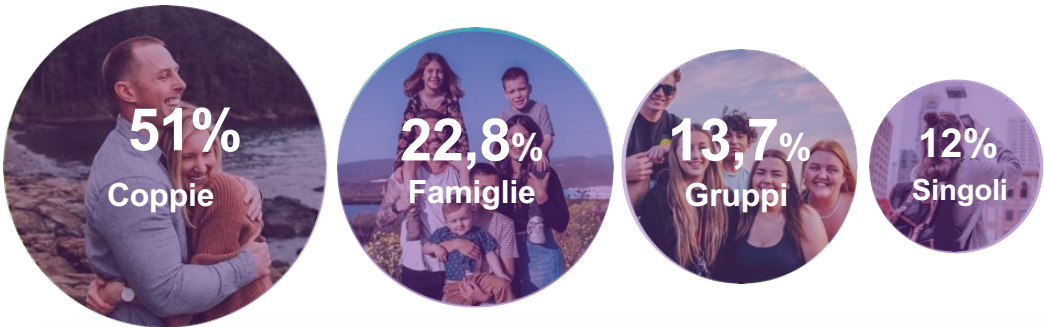
Mercati e Visitatori

Maggio 2025 a confronto con la Regione Toscana

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Italia	▼ 23,5% 35,3%	▲ 85,3/100 83,1/100
 Francia	▲ 8,2% 6,2%	▲ 86,2/100 81,1/100
 Germania	▲ 7,0% 5,2%	▲ 87,1/100 83,5/100
 Stati Uniti	▲ 5,4% 4,5%	▲ 93,4/100 88,3/100
 Regno Unito	▼ 4,5% 5,3%	▲ 87,5/100 85,0/100

Con chi viaggiano in Toscana?



	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
 Spagna	▲ 3,8% 3,2%	▲ 85,2/100 79,9/100
 Paesi Bassi	▲ 3,6% 2,9%	▲ 83,3/100 82,7/100
 Austria	▲ 3,3% 1,8%	▲ 87,8/100 84,4/100
 Brasile	▲ 3,2% 2,4%	▲ 89,3/100 85,4/100
 Israele	▲ 2,9% 1,0%	▲ 90,2/100 86,5/100

Argomenti più discussi – Affitti Brevi

Maggio 2025

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
Posizione	Posizione centrale e comoda, ideale per esplorare la zona.	Check-in e check-out	Processo di check-in semplice e flessibile, con buone comunicazioni.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e assistenza utile da parte degli host.	Interazione host	Ospiti lodano l'ospitalità e la disponibilità dei proprietari.
Camera	Camere spaziose, pulite e arredate con gusto, con belle viste.	Cucina	Cucina ben attrezzata, con ottimi accessori e cibo disponibile.



Argomenti più discussi – Affitti Brevi

Maggio 2024

Aspetti positivi	
Posizione	Posizione ideale per esplorare San Gimignano e la splendida Toscana.
Ospitalità	Ospitalità eccezionale, con host disponibili e attenti al benessere degli ospiti.
Camera	Camere spaziose e pulite, con splendide viste e comfort eccellenti.

Aspetti da migliorare	
Servizi igienici	Bagni con alcune limitazioni, ma generalmente puliti e ben attrezzati.
Cucina	Cucina ben attrezzata, ideale per preparare pasti e colazioni deliziose.
Parcheggio	Parcheggio comodo e vicino, con opzioni gratuite e riservate disponibili.



Argomenti più discussi – Attrazioni

Maggio 2025

Aspetti positivi

Attività culturali

San Gimignano offre storia, architettura e affreschi mozzafiato da esplorare.

Posizione

San Gimignano è un borgo iconico della Toscana, ricco di bellezze storiche.

Atmosfera

L'atmosfera incantevole di San Gimignano trasporta i visitatori indietro nel tempo.

Aspetti da migliorare

Personale

Il personale è generalmente gentile, ma ci sono segnalazioni di maleducazione.

Parcheggio

Difficoltà nel trovare parcheggio durante le ore di punta, ma accessibile.



Argomenti più discussi – Attrazioni

Maggio 2024

Aspetti positivi

Posizione

San Gimignano è una pittoresca cittadina toscana con panorami mozzafiato.

Attività culturali

San Gimignano offre un patrimonio artistico e architettonico straordinario da esplorare.

Atmosfera

L'atmosfera è affascinante, con un mix di storia e tranquillità.

Aspetti da migliorare

Personale

Il personale è generalmente disponibile, ma ci sono eccezioni negative.

Tempi di attesa

È consigliabile visitare al mattino presto per evitare lunghe attese.

Costi

I costi di ingresso sono ragionevoli, ma variano a seconda delle attrazioni.



Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Maggio 2025

Aspetti positivi

Cibo	Cibo delizioso e autentico, preparato con ingredienti di alta qualità.
Atmosfera	Ambiente accogliente e caratteristico, ideale per pasti rilassati con amici.
Posizione	Posizione incantevole a San Gimignano, lontano dal turismo di massa.

Aspetti da migliorare

Tempi di attesa	Attese lunghe ma gestite rapidamente, vale la pena aspettare.
Costi	Prezzi giusti per la qualità, considerati nella norma per la zona.
Servizi	Servizio attento e veloce, ottima esperienza complessiva.



Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Maggio 2024

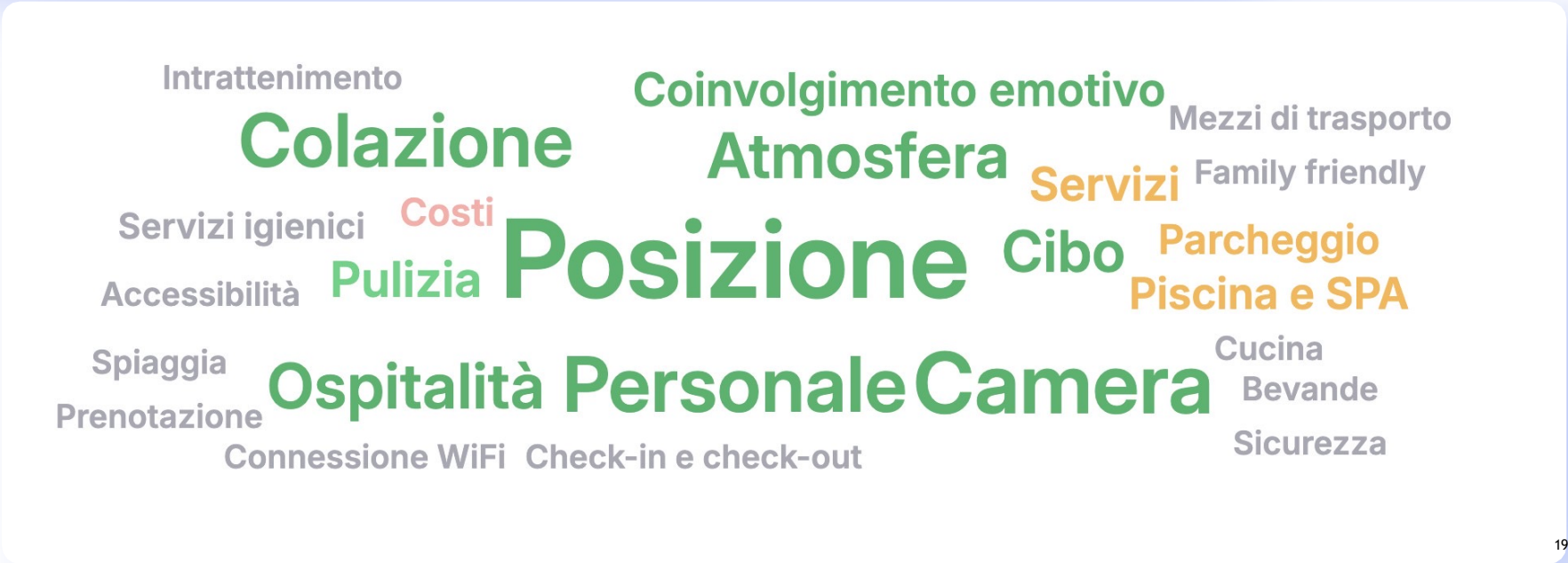
Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
Posizione	Posizione ideale vicino a San Gimignano, con vista panoramica e tranquillità.	Servizi igienici	Bagni piccoli e datati, con problemi di spazio e funzionalità.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, creando un'atmosfera familiare.	Costi	Prezzi variabili, generalmente in linea con la qualità e la posizione.
Cibo	Cucina tradizionale eccellente, con piatti tipici e ingredienti freschi.	Parcheggio	Facilità di parcheggio con opzioni gratuite e comode vicino alla struttura.



Argomenti più discussi – Ricettività

Maggio 2025

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
Posizione	Posizione centrale e panoramica, ideale per esplorare la Toscana.	Costi	Ottimo rapporto qualità-prezzo, conveniente per l'alloggio e i servizi.
Personale	Personale cordiale e professionale, sempre pronto ad aiutare gli ospiti.	Parcheggio	Ampia disponibilità di parcheggio, comodo e facilmente accessibile.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, esperienza memorabile per gli ospiti.	Servizi	Servizi vari e ben curati, inclusi ristorazione e attività ricreative.



Argomenti più discussi – Ricettività

Maggio 2024

Aspetti positivi

Posizione	Posizione ideale vicino a San Gimignano, con splendide viste e tranquillità.
Personale	Personale molto cordiale e disponibile, pronto ad assistere gli ospiti.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, creando un'atmosfera familiare e amichevole.

Aspetti da migliorare

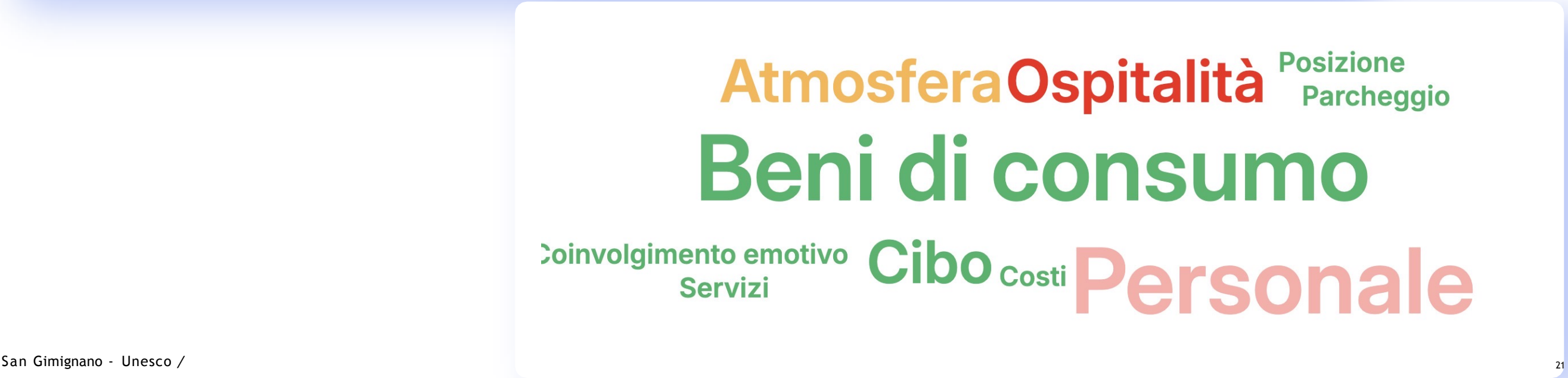
Servizi igienici	Bagni piccoli e datati, con alcune problematiche di funzionalità e spazio.
Costi	Prezzi generalmente alti, ma in linea con la qualità e la posizione.
Parcheggio	Parcheggio disponibile e comodo, con opzioni private e gratuite nelle vicinanze.



Argomenti più discussi – Commercio

Maggio 2025

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
Cibo	Cibo fresco e delizioso, ideale per accompagnare il vino.	Ospitalità	Servizio clienti poco accogliente e scortese.
Coinvolgimento emotivo	Un'esperienza consigliata, non deluderà le aspettative.	Personale	Personale variabile: alcuni gentili, altri scortesi.
Parcheggio	Parcheggio gratuito disponibile all'esterno, comodo per i visitatori.	Atmosfera	Ambiente piacevole ma affollato e frenetico.



Analisi delle OTA

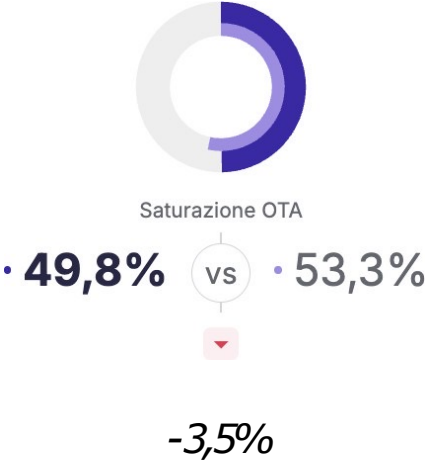
Saturazione s Prezzi OTA

Confronto tra maggio 2025 vs maggio 2024

Tariffa media



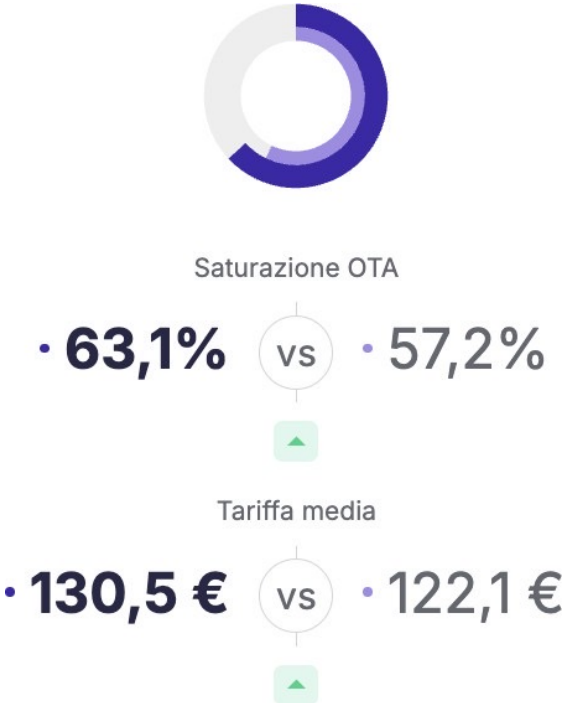
Saturazione OTA



Ricettività



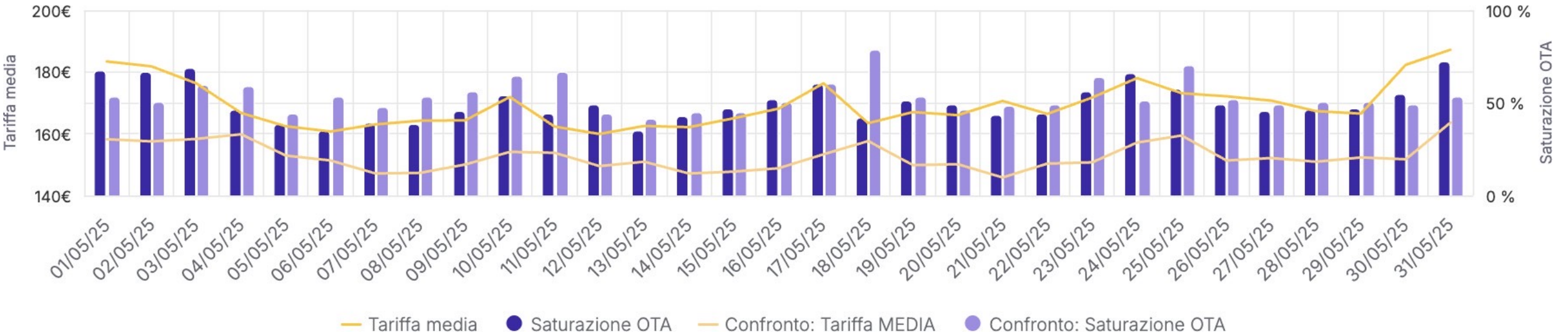
Affitti brevi



Saturazione s Prezzi OTA

Confronto tra maggio 2025 vs maggio 2024

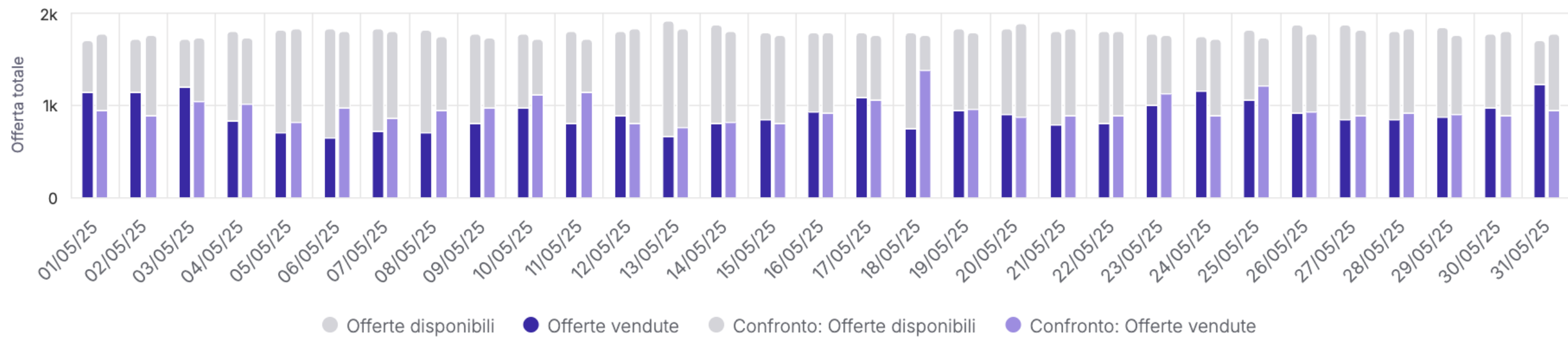
Tariffe medie e tasso di saturazione sulle OTA



Saturazione s Prezzi OTA

Confronto tra maggio 2025 vs maggio 2024

Offerte pubblicate sulle OTA



Sostenibilità

Indice di Sostenibilità della Destinazione

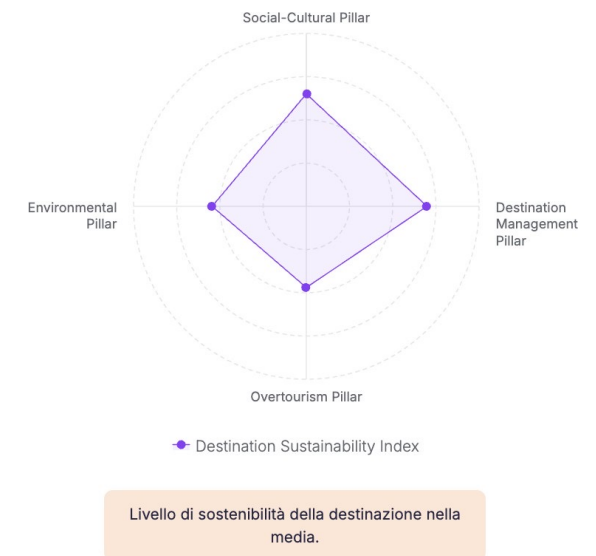
Il **Destination Sustainability Index** è un framework, composto da 4 pillar, utilizzato per valutare e misurare le prestazioni di sostenibilità di una destinazione, attraverso l'analisi di fonti di dati proprietarie ed esterne. L'indice mira a fornire una valutazione completa degli sforzi di sostenibilità, 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 maggio 2025 vs maggio 2024

Destination sustainability index

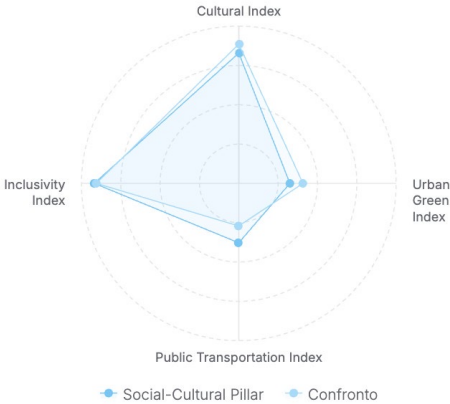
Questo indice misura il livello di performance in termini di sostenibilità nella tua destinazione.



Destination Sustainability Index	59,1/100	63,1/100
Social-Cultural Pillar	65,0/100	68,5/100
Destination Management Pillar	69,9/100	78,9/100
Overtourism Pillar	47,0/100	44,2/100
Environmental Pillar	54,5/100	61,0/100

Social-cultural pillar

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



Social-Cultural Pillar	65,0/100	68,5/100
Cultural Index	82,9/100	88,5/100
Urban Green Index	32,5/100	40,8/100
Public Transportation Index	37,8/100	27,1/100
Inclusivity Index	91,9/100	90,6/100

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.



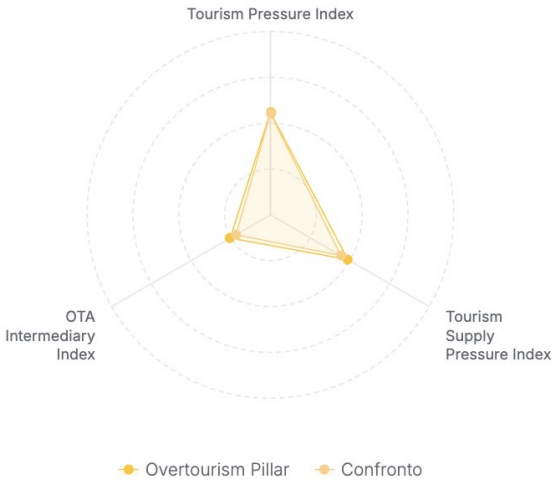
Destination Management Pillar	69,9/100	78,9/100
Sentiment Index	88,5/100	87,4/100
Travel barometer Index	72,2/100	92,8/100
Seasonal Balance Index	15,6/100	14,1/100

Indice di Sostenibilità delle Destinazioni

Confronto maggio 2025 vs maggio 2024

Overtourism pillar

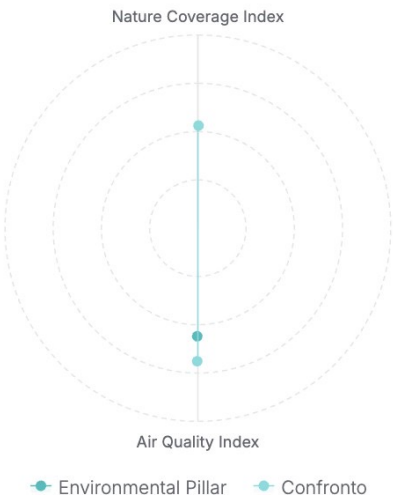
Questo pillar valuta l'impatto del turismo eccessivo in una destinazione.



Overtourism Pillar	47,0 / 100 44,2 / 100
Tourism Pressure Index	55,9 / 100 55,2 / 100
Tourism Supply Pressure Index	48,8 / 100 44,3 / 100
OTA Intermediary Index	25,3 / 100 21,7 / 100

Environmental pillar

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



Environmental Pillar	54,5 / 100 61,0 / 100
Nature Coverage Index	53,1 / 100 53,1 / 100
Air Quality Index	56,0 / 100 68,9 / 100

Spesa (VISA)

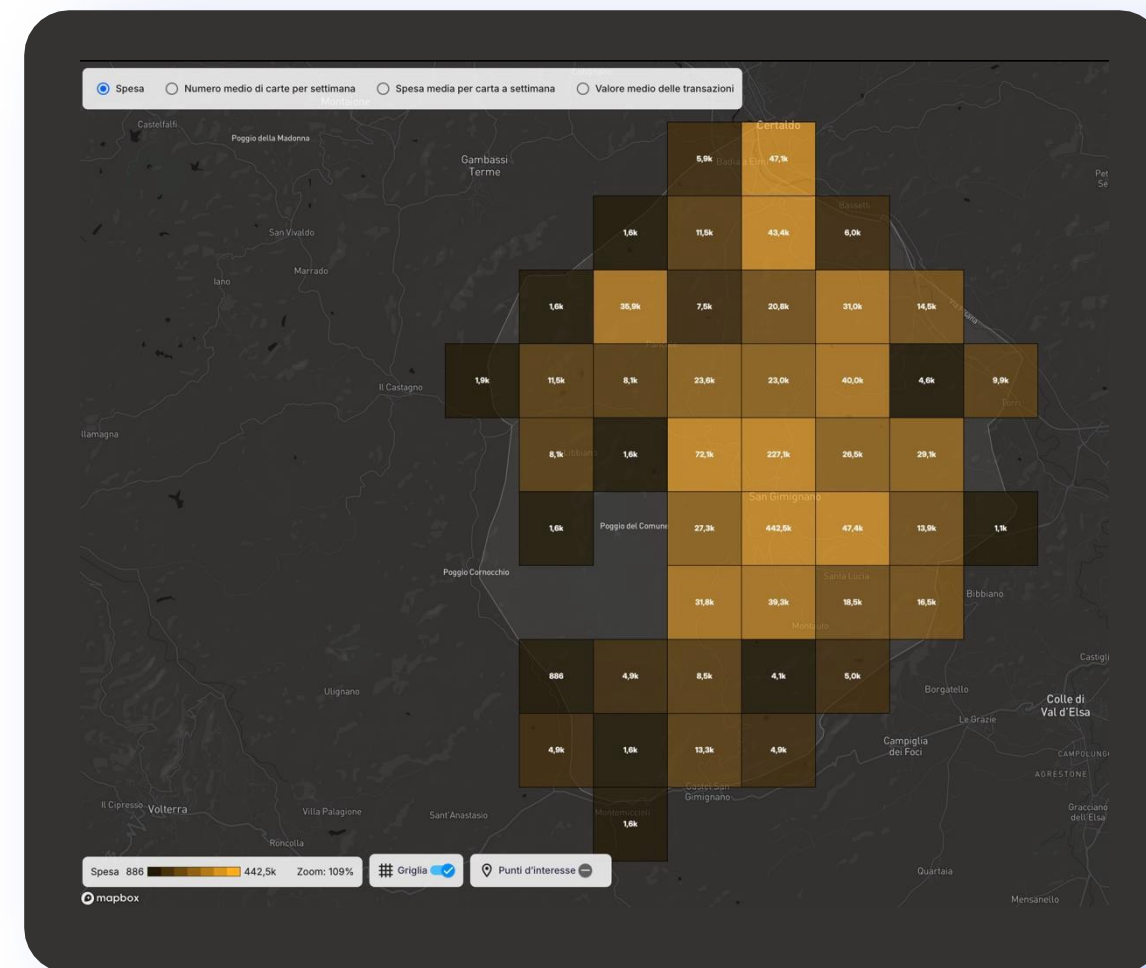
I dati sulla spesa sono forniti in partnership con VISA. La stima riportata dal Comune di San Gimignano proviene dai dati aggregati rielaborati da The Data Appeal Company, a partire dai dati di spesa forniti da Visa Government Insights Hub per il periodo di **Marzo 2025** e incorpora dati provenienti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

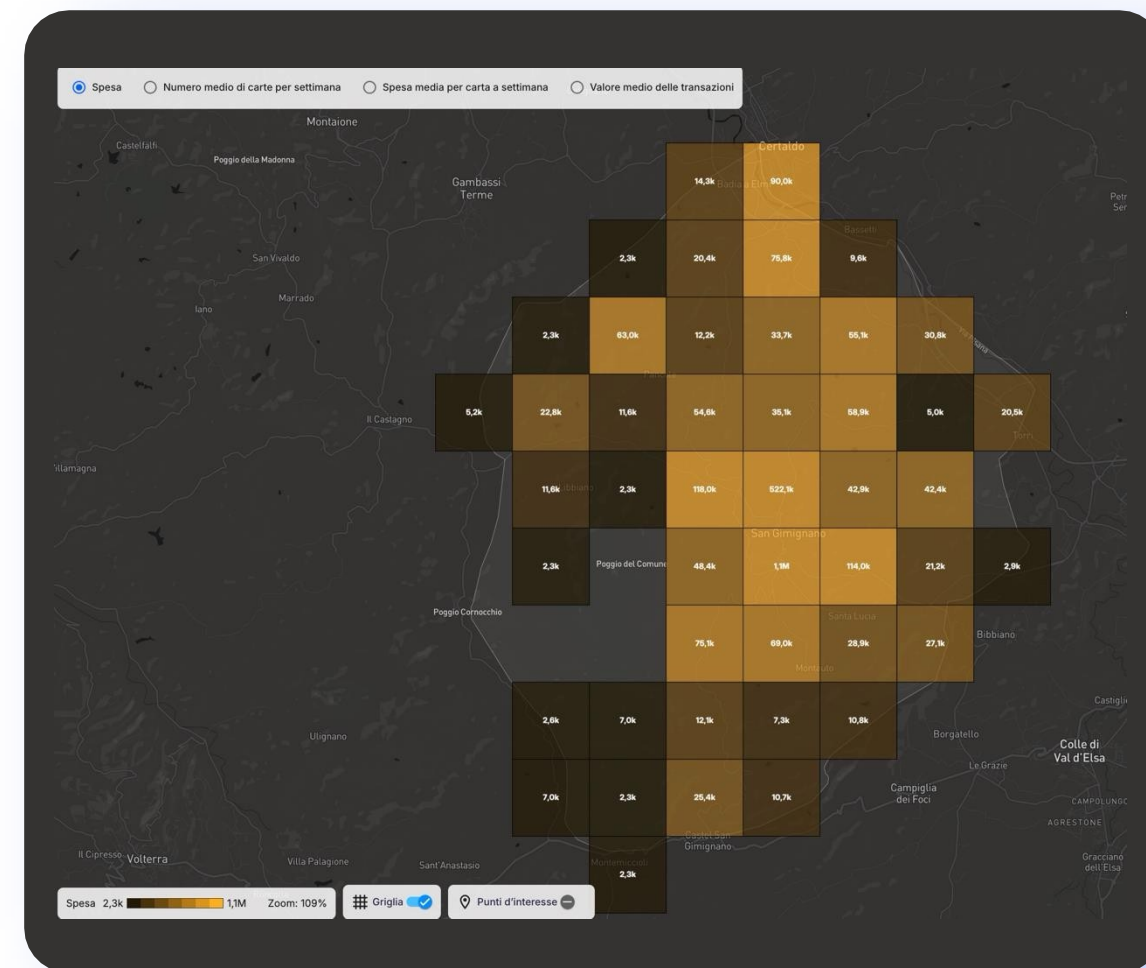
I dati sulla spesa sono forniti in partnership con VISA. La stima riportata dal Comune di San Gimignano proviene dai dati aggregati rielaborati da The Data Appeal Company, a partire dai dati di spesa forniti da Visa Government Insights Hub per il periodo di **Aprile 2025** e incorpora dati provenienti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

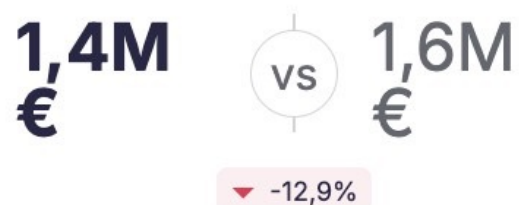


Disclaimer: I dati visualizzati in questo modulo possono essere condivisi pubblicamente o esternamente previa autorizzazione di Data Appeal per sole finalità di consultazione.

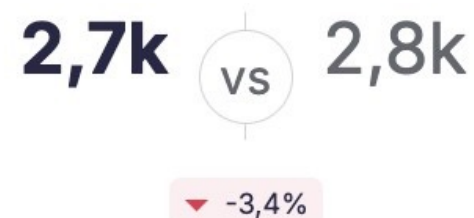
Numero e importi delle transazioni

🕒 Confronto marzo 2025 vs marzo 2024

Volume complessivo di spesa



Numero medio di carte per settimana



Spesa media per carta a settimana



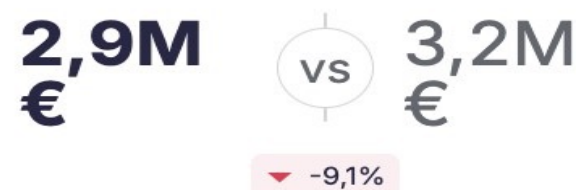
Valore medio delle transazioni



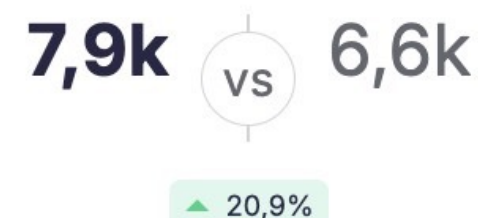
Numero e importi delle transazioni

🕒 Confronto aprile 2025 vs aprile 2024

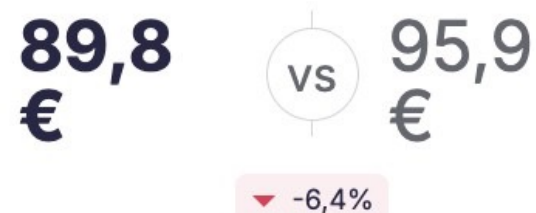
Volume complessivo di spesa



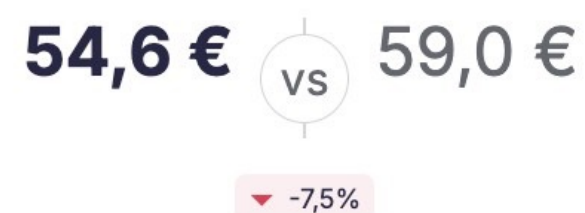
Numero medio di carte per settimana



Spesa media per carta a settimana



Valore medio delle transazioni

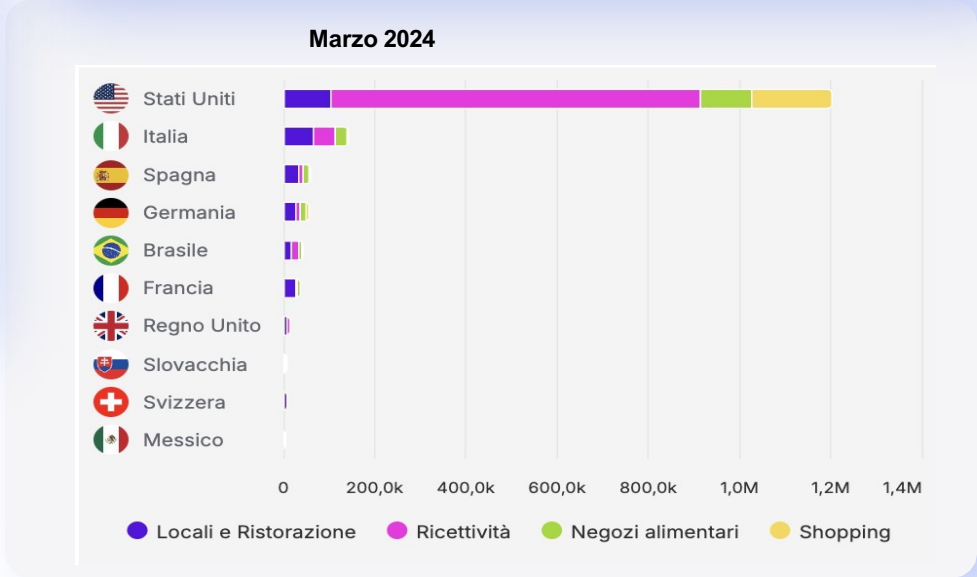
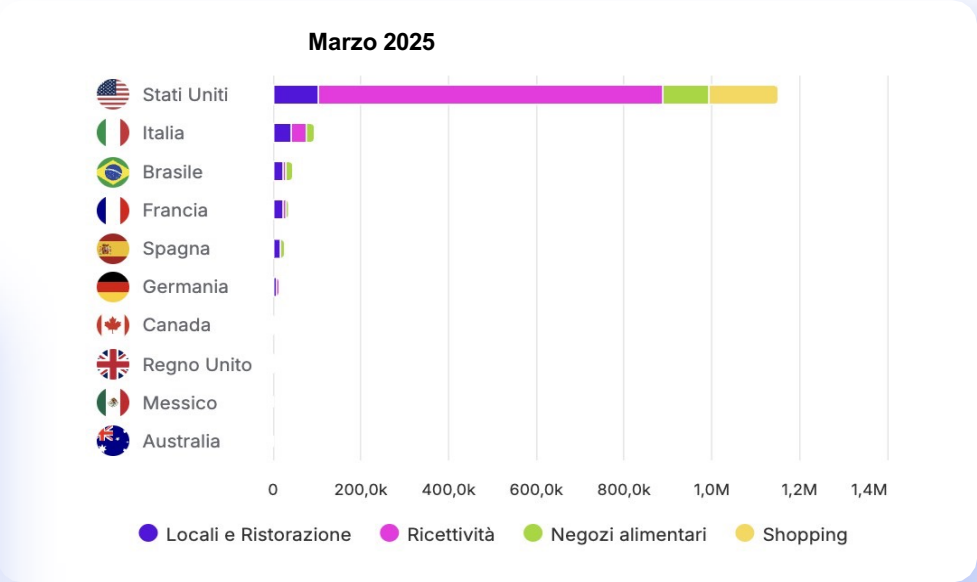


Distribuzione della spesa per paese di provenienza

🕒 Confronto Marzo 2025 vs Marzo 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	▼	1,2M €	▲	1,6k	▲	143,4 €	▲	89,8 €
		1,2M €		1,5k		130,2 €		81,0 €
 Italia	▼	94,8k €	▼	330	▼	57,2 €	▼	34,3 €
		144,1k €		351		67,8 €		43,1 €
 Brasile	▲	45,5k €	▲	302	▼	29,9 €	▼	17,6 €
		41,9k €		178		38,7 €		22,9 €
 Francia	▼	36,4k €	▲	139	▲	51,9 €	▲	32,6 €
		38,2k €		127		50,2 €		30,8 €
 Spagna	▼	26,5k €	▼	218	▼	23,8 €	▼	15,0 €
		60,3k €		352		28,2 €		17,6 €

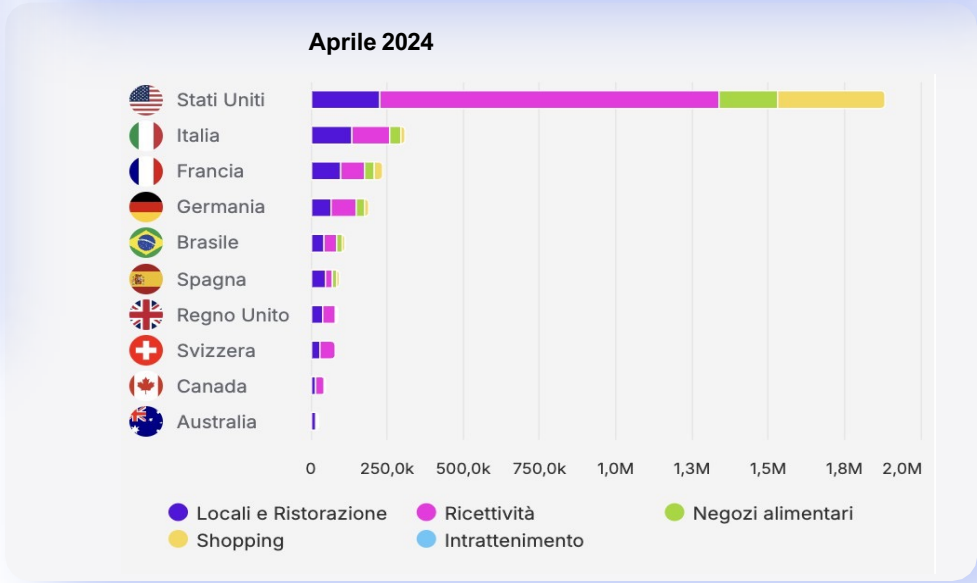
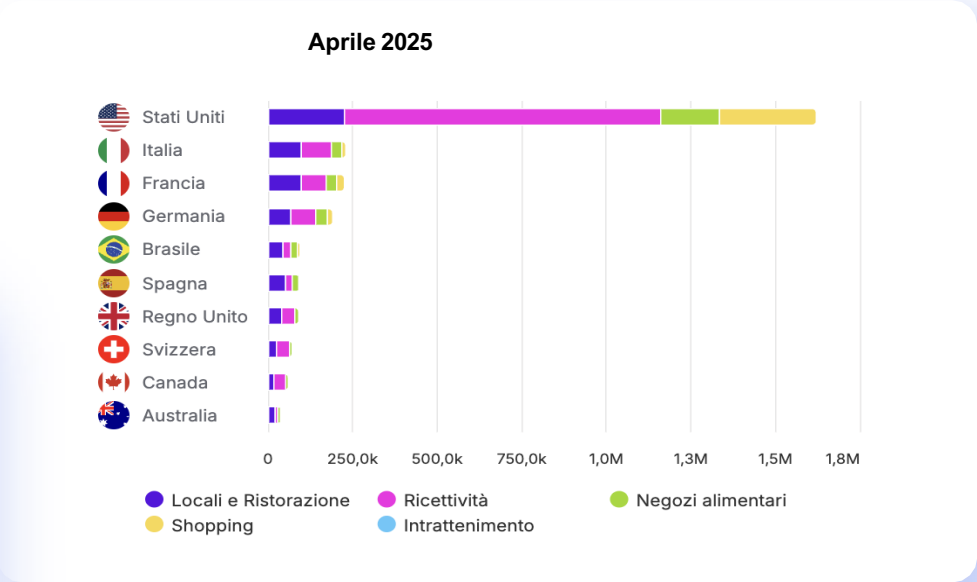


Distribuzione della spesa per paese di provenienza

🕒 Confronto Aprile 2025 vs Aprile 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	▼	1,6M €	▲	▲	139,0 €	▲
		1,9M €			131,1 €	81,0 €
 Italia	▼	230,4k €	▲	▼	74,8 €	▼
		306,8k €			86,2 €	53,7 €
 Francia	▼	227,3k €	▲	▼	66,9 €	▼
		233,8k €			67,8 €	42,2 €
 Germania	▲	190,7k €	▲	▼	69,5 €	▼
		188,8k €			74,8 €	45,8 €
 Brasile	▼	96,4k €	▲	▼	37,8 €	▼
		112,9k €			45,8 €	27,3 €

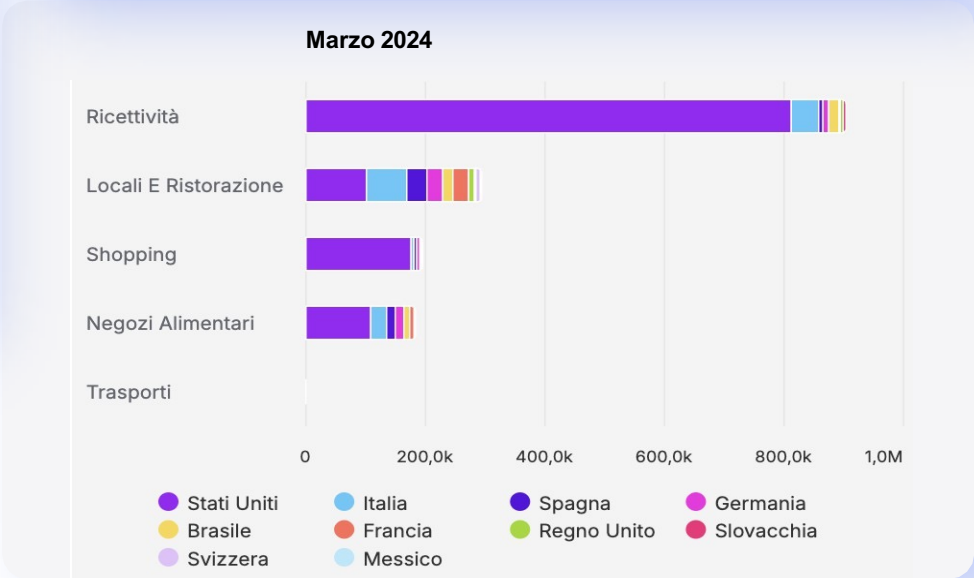
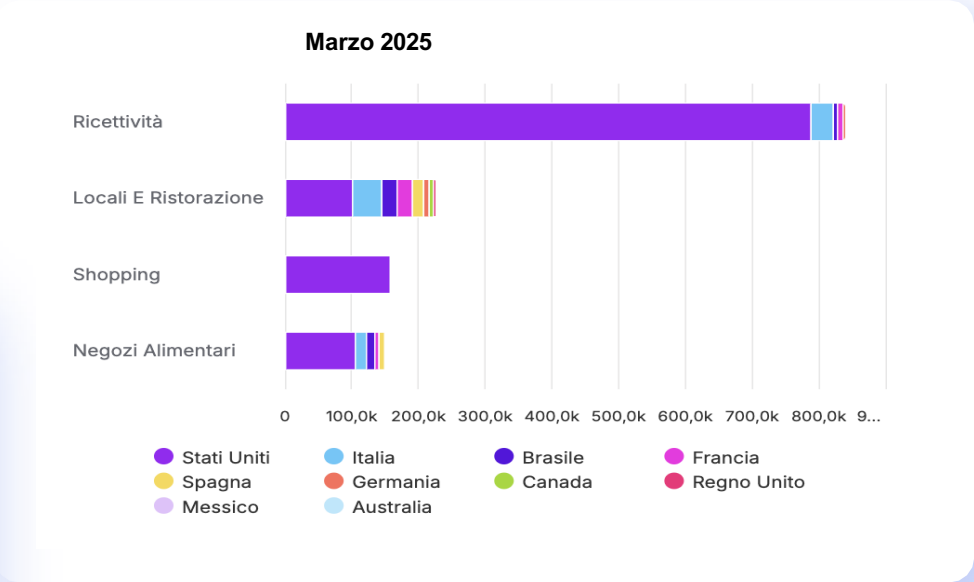


Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto marzo 2025 vs marzo 2024

Dettaglio per industria

	Spesa ↓		Numero medio di carte per settimana		Spesa media per carta a settimana		Valore medio delle transazioni
🏠 Ricettività	840,0k €	▲	442	▲	380,2 €	▲	238,5 €
	905,5k €		418		360,8 €		224,4 €
🍴 Locali e Ristorazione	229,7k €	▼	1,0k	▲	44,0 €	▲	27,3 €
	303,5k €		1,3k		38,7 €		23,8 €
🛒 Shopping	160,9k €	▼	405	▲	79,2 €	=	49,3 €
	196,0k €		419		77,4 €		49,3 €
🏪 Negozi alimentari	154,1k €	▼	865	▼	35,2 €	▼	22,0 €
	185,3k €		706		43,1 €		27,3 €

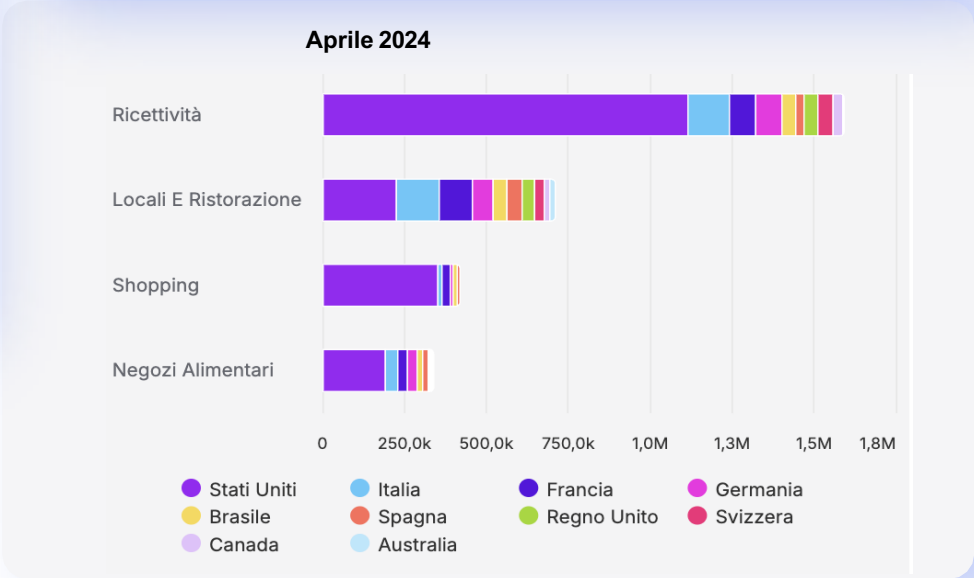
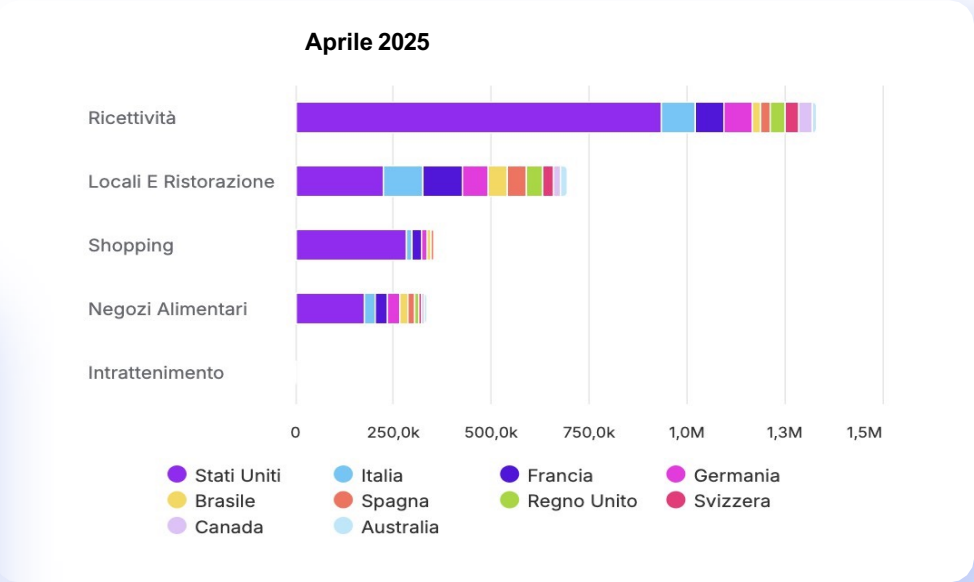


Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto aprile 2025 vs aprile 2024

Dettaglio per industria

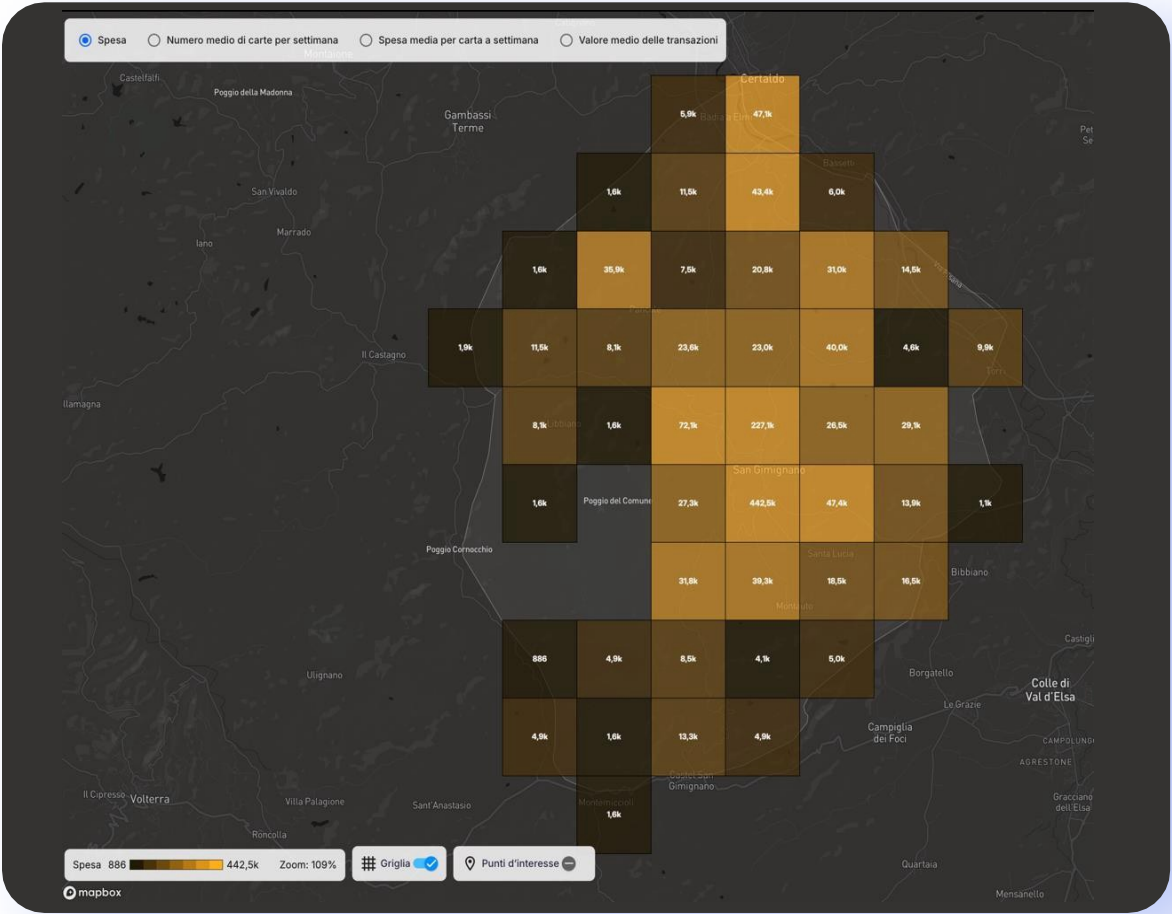
	Spesa ↓		Numero medio di carte per settimana		Spesa media per carta a settimana		Valore medio delle transazioni
🏠 Ricettività	▼ 1,3M € 1,6M €		▼ 925 930		▲ 363,4 € 345,0 €		▲ 223,5 € 212,1 €
🍴 Locali e Ristorazione	▲ 789,4k € 765,6k €		▲ 3,3k 3,1k		▲ 59,8 € 49,3 €		▲ 36,1 € 29,9 €
🛒 Negozi alimentari	▲ 370,6k € 351,2k €		▲ 2,5k 1,5k		▼ 37,0 € 47,5 €		▼ 22,9 € 29,0 €
🛍 Shopping	▼ 358,6k € 431,2k €		▲ 1,2k 1,1k		▼ 71,3 € 79,2 €		▼ 44,0 € 50,2 €



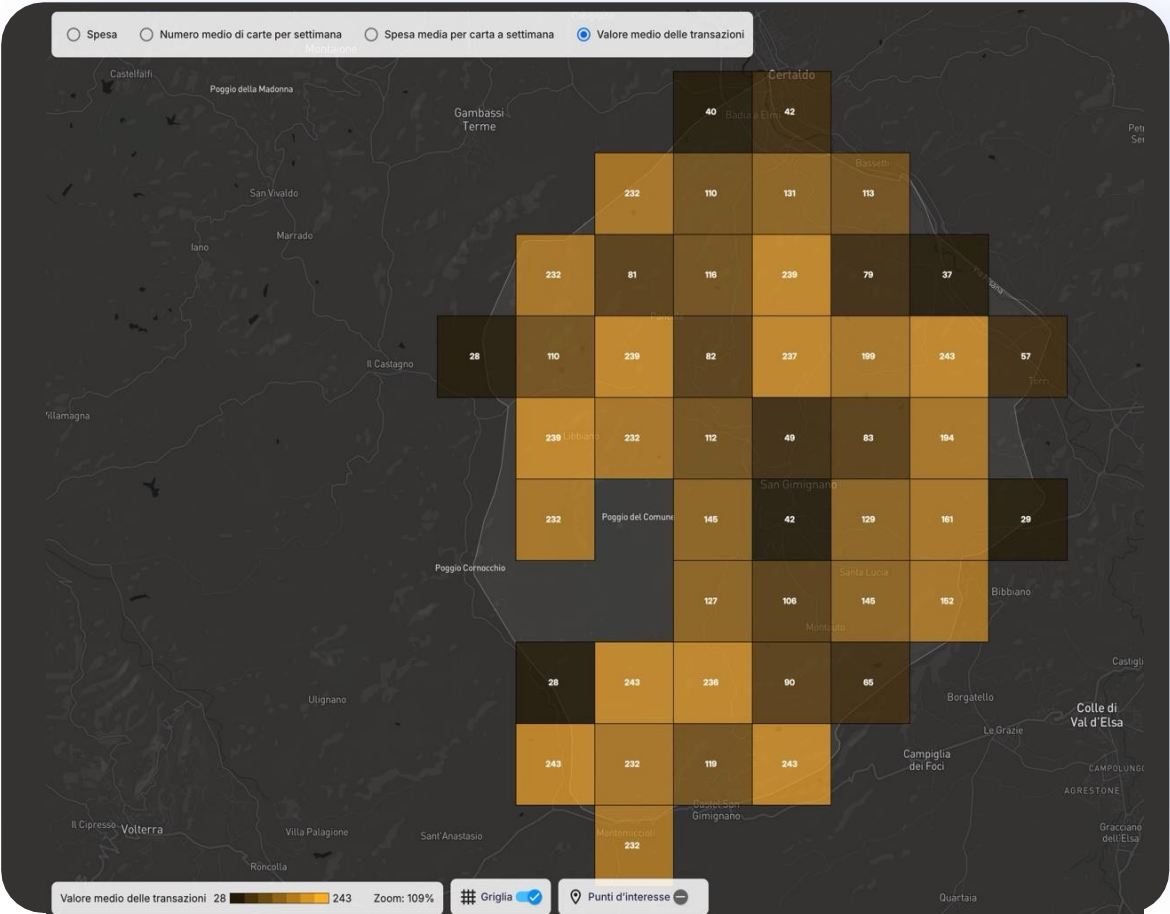
Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto marzo 2025 vs marzo 2024

Volume complessivo di spesa



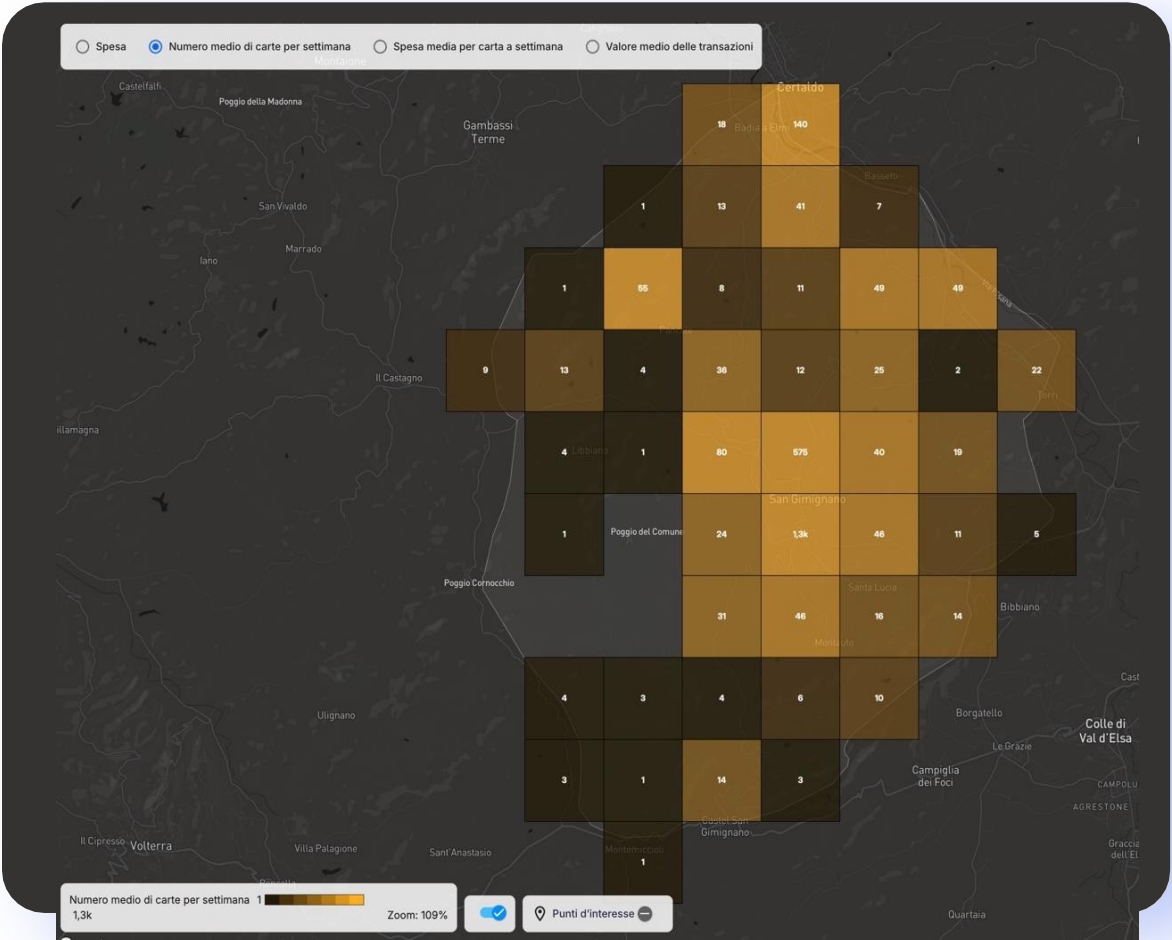
Valore medio delle transazioni



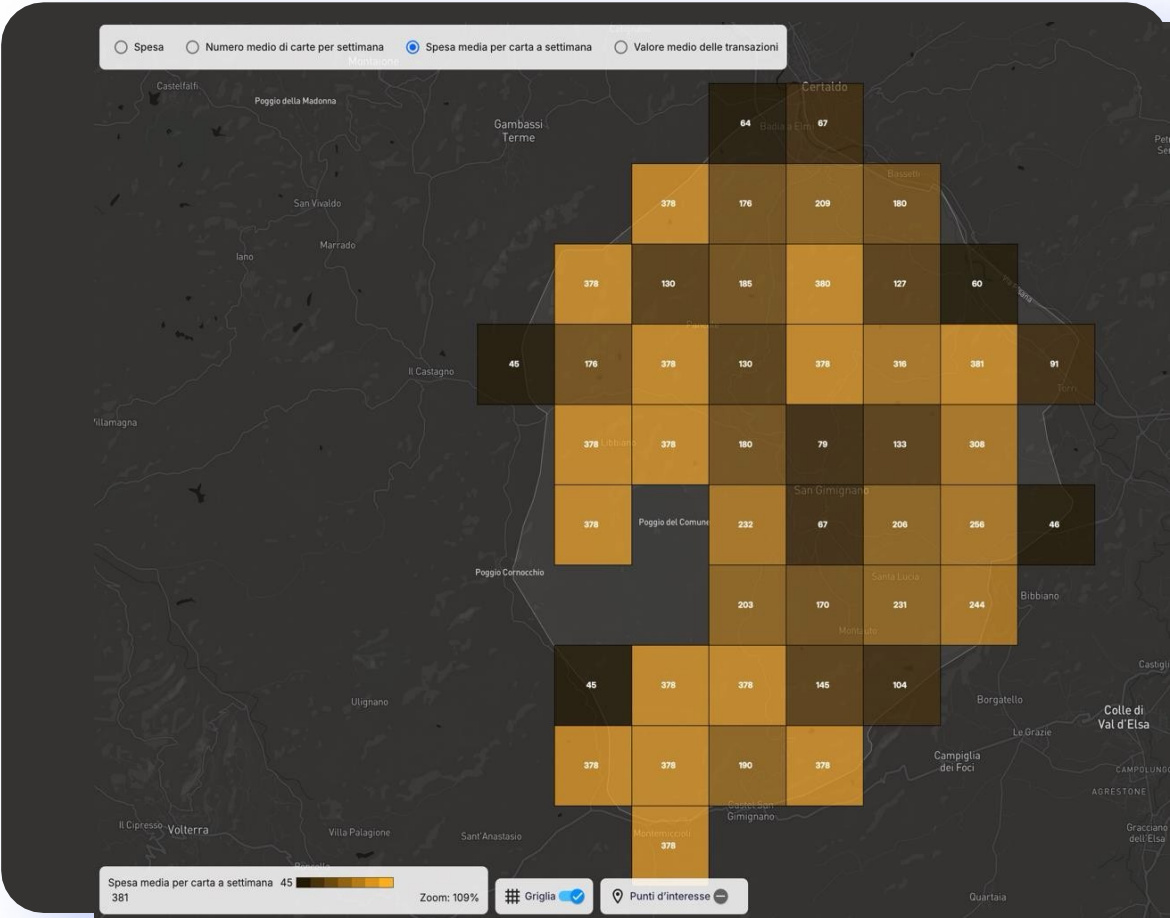
Distribuzione della spesa per settore

Confronto marzo 2025 vs marzo 2024

Numero medio di carte per settimana



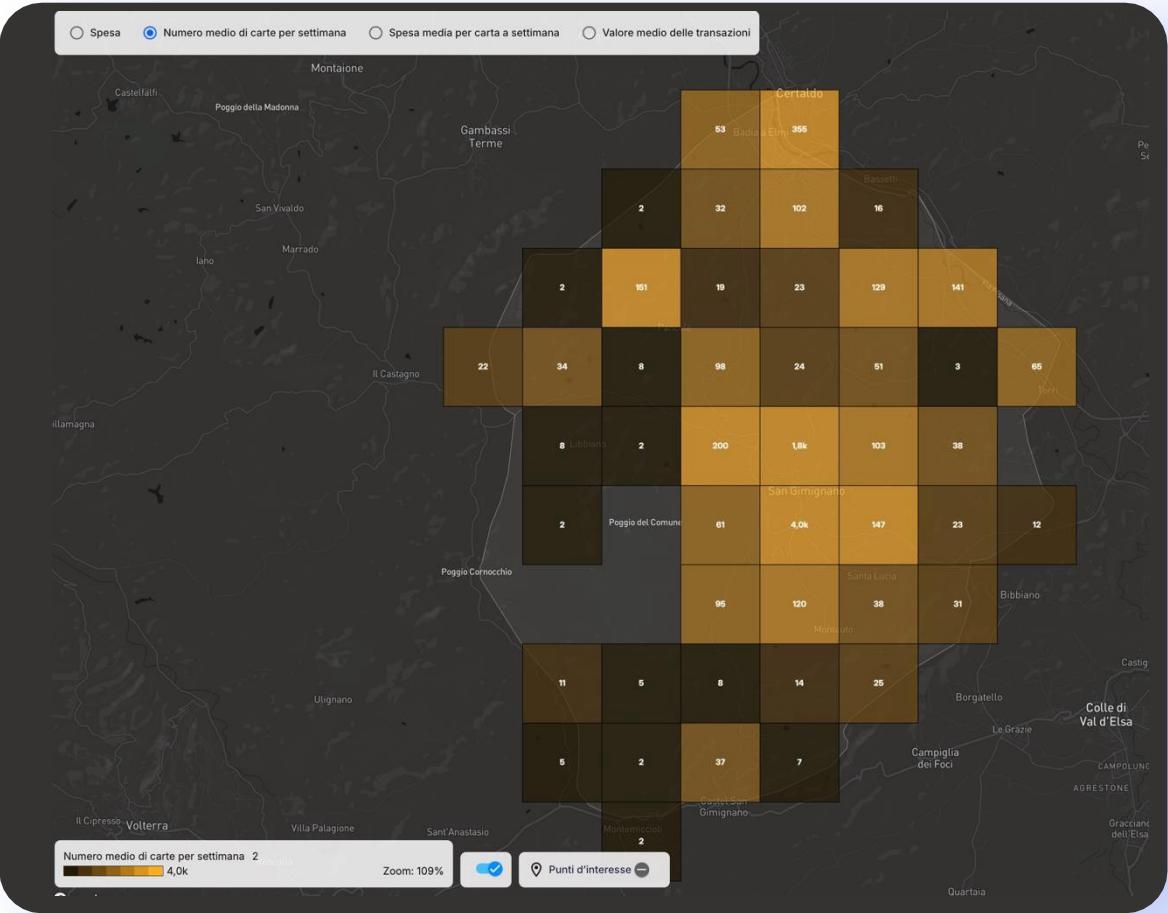
Spesa media per carta a settimana



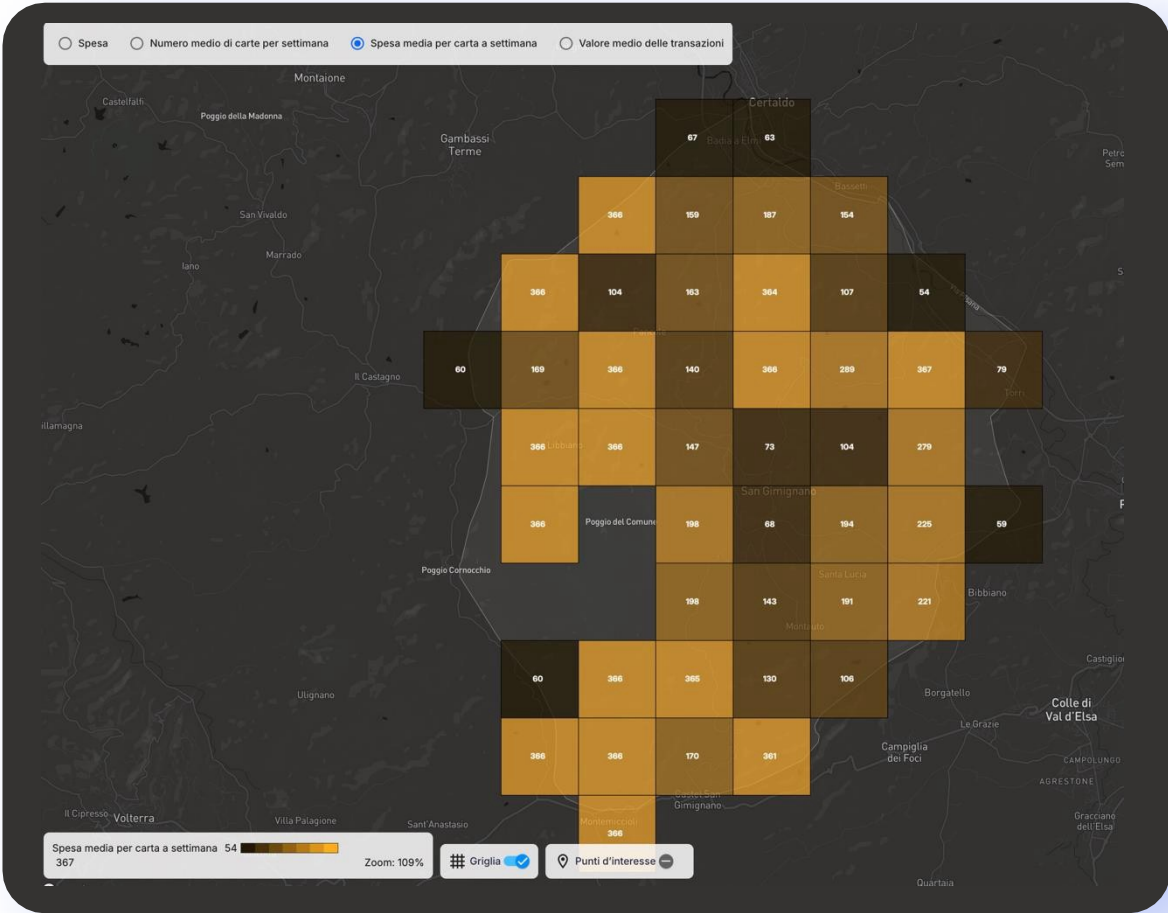
Distribuzione della spesa per settore

🕒 Confronto aprile 2025 vs aprile 2024

Numero medio di carte per settimana



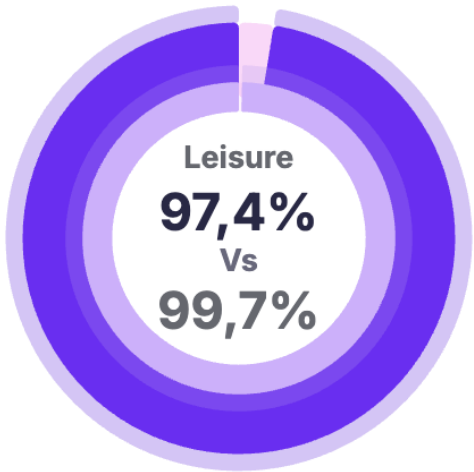
Spesa media per carta a settimana



Distribuzione della spesa per origine e profilo

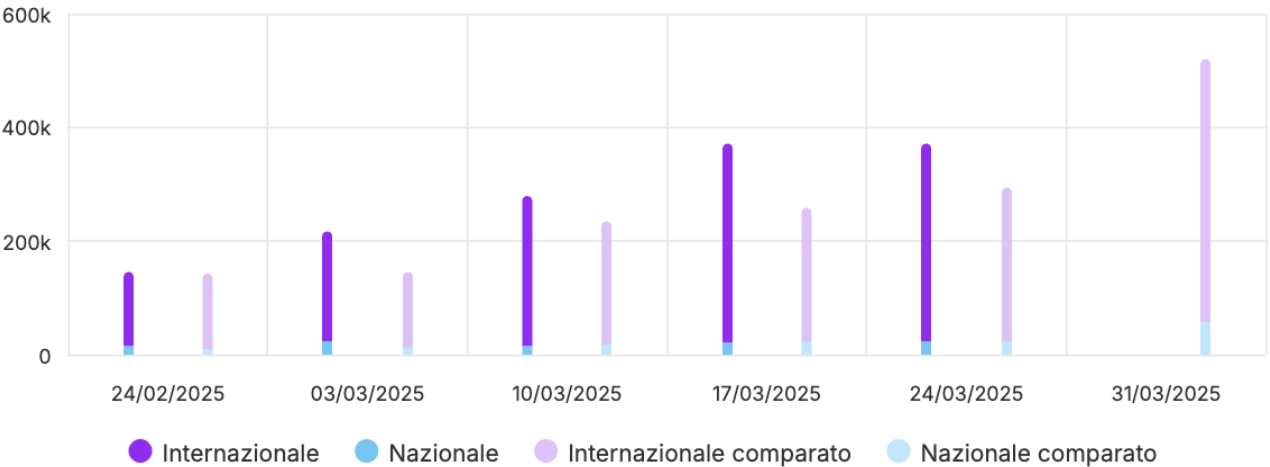
🕒 Confronto marzo 2025 vs marzo 2024

Business VS Leisure



● Business ● Leisure

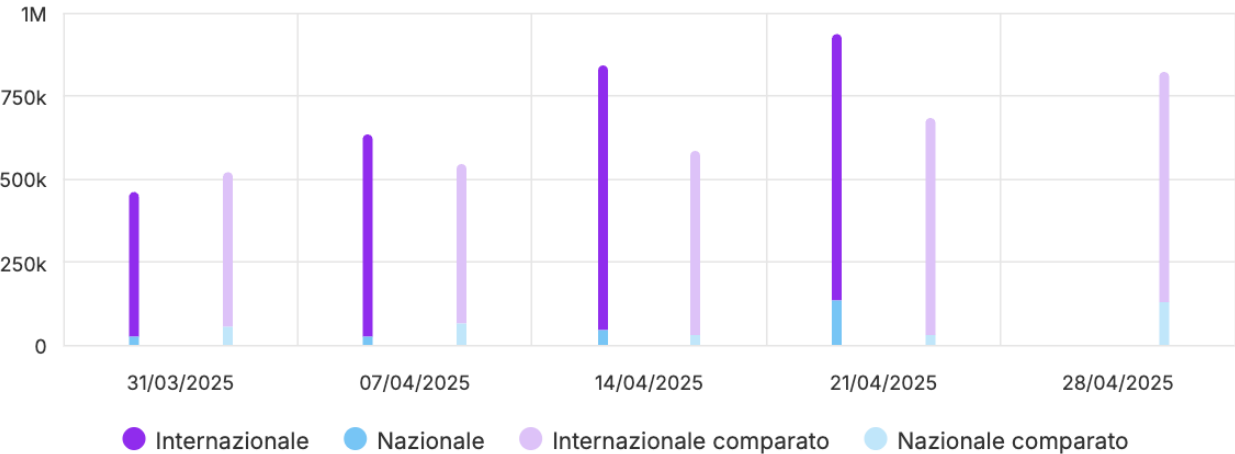
Nazionale VS Internazionale



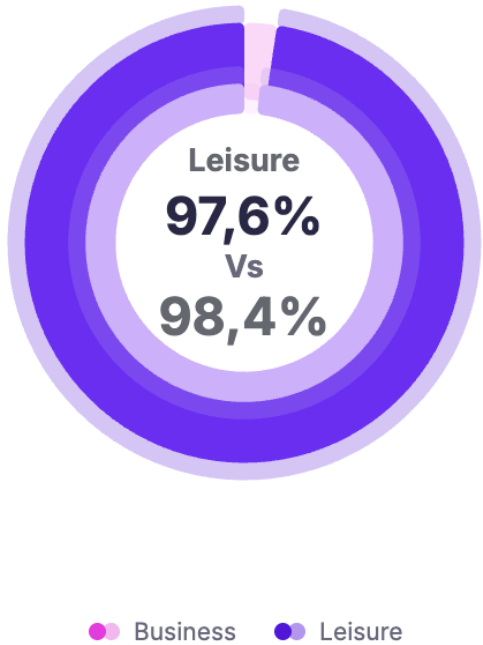
Distribuzione della spesa per origine e profilo

🕒 Confronto aprile 2025 vs aprile 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.