



SAN GIMIGNANO

Report di Destinazione: Comune di San Gimignano

Cosa raccontano le tracce digitali?

MONITORAGGIO DELLA DESTINAZIONE
NOVEMBRE 2025



Comune di
San Gimignano

SAN
GIMIGNANO

THE DATA APPEAL COMPANY

ALMAWAVE
GROUP

unesco
Sito del
Patrimonio Mondiale



D/AI Destinations è uno strumento di analisi territoriale che raccoglie e analizza in tempo reale tutti i dati qualitativi e quantitativi all'interno della destinazione monitorata.

Per ogni contenuto D/AI Destinations rileva due aspetti:

Aspetto quantitativo: volume dei contenuti analizzati, ad esempio numero di recensioni rilevate in un certo periodo

Aspetto qualitativo: qualità del feedback espresso dal contenuto, ad esempio recensione positiva o negativa

D/AI Destinations permette di creare valore per tutti gli attori del proprio territorio al fine di monitorare tutte le dinamiche di mercato, avere maggiori informazioni strategiche utili a *marketing* e *comunicazione*, ma anche per strutturare un'offerta appetibile per i mercati di riferimento. La piattaforma supporta chi si occupa nella destinazione di marketing esterno (promo-commercializzazione, web marketing, comunicazione) e contemporaneamente è un tool strategico di *sviluppo interno della destinazione* e della sua organizzazione che è l'impalcatura che sorregge l'offerta della destinazione e sostiene una identità riconoscibile.

Analisi della Destinazione

Sintesi dei risultati

Questa presentazione offre una panoramica dei principali trend turistici e sulle dinamiche digitali legate alla destinazione di San Gimignano, basandosi sui dati e sui KPI mostrati nella piattaforma D/AI Destinations.

Periodo di riferimento: Novembre 2025

Periodo di confronto: Novembre 2024

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

Sintesi dei risultati:

- *Volume delle tracce digitali:* diminuzione generale dell'attività online relativa alla destinazione, rispetto a novembre 2024
 - *Sentiment:* percezione prevalentemente positiva della destinazione, con un lieve incremento di + 2.3 punti rispetto a novembre 2024.
 - *Mercati di Provenienza:* la maggioranza dei visitatori proviene da mercati consolidati, Francia, Stati Uniti, Spagna e Brasile. Si rilevano Sentiment simili e molto positivi per le diverse nazionalità (oscillano tra 85 e 93 punti).
 - *Piattaforme OTA:* incremento del tasso di saturazione (+ 4,4%), e aumento delle tariffe medie (+ 6,2%) rispetto a novembre 2024.
 - *Sostenibilità:* Rispetto a novembre 2024, si registra un incremento complessivo (+0,8%), in particolare nell'area socio-culturale (+ 6,6%), ma con una leggera inflessione per l'environmental pillar (- 7,8%) e un incremento per l'overtourism pillar (+ 2,0%).
- Spesa turistica (dati VISA) ottobre 2025 vs ottobre 2024: volume di spesa in crescita rispetto ad ottobre 2024 (+ 5,5%). Aumenta il numero di carte registrate (+ 3,5%) e la spesa media settimanale per carta (+2,1%).*

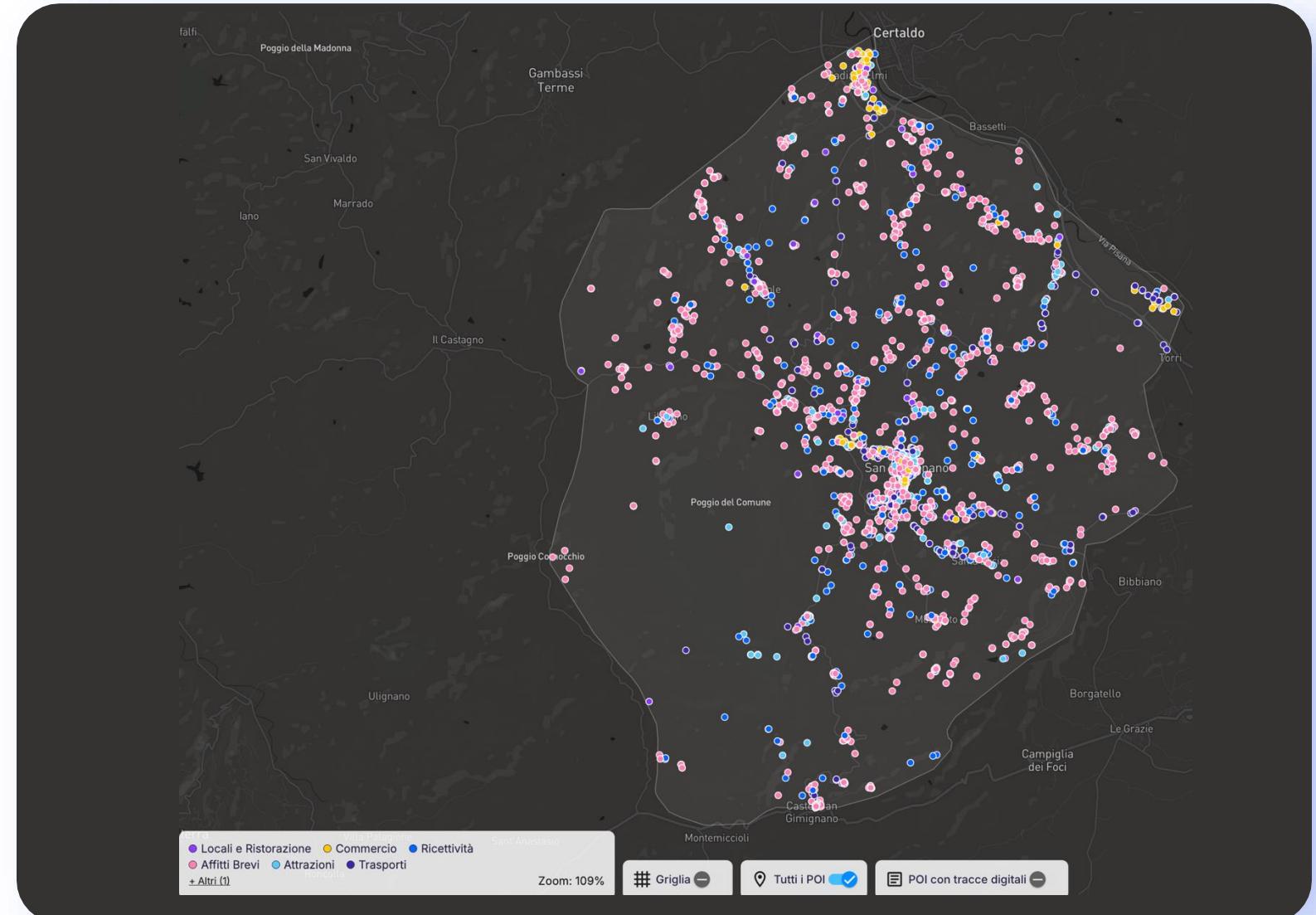
Area geografica e punti di interesse analizzati



Comune di San Gimignano



Novembre 2025



Distribuzione delle tracce digitali



Confronto tra novembre 2025 vs novembre 2024

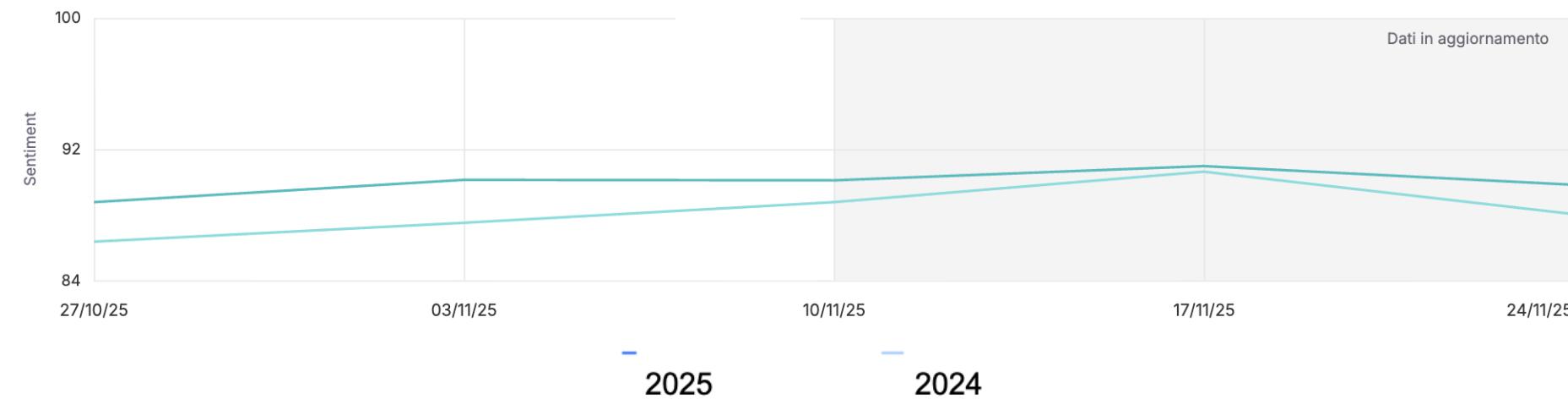
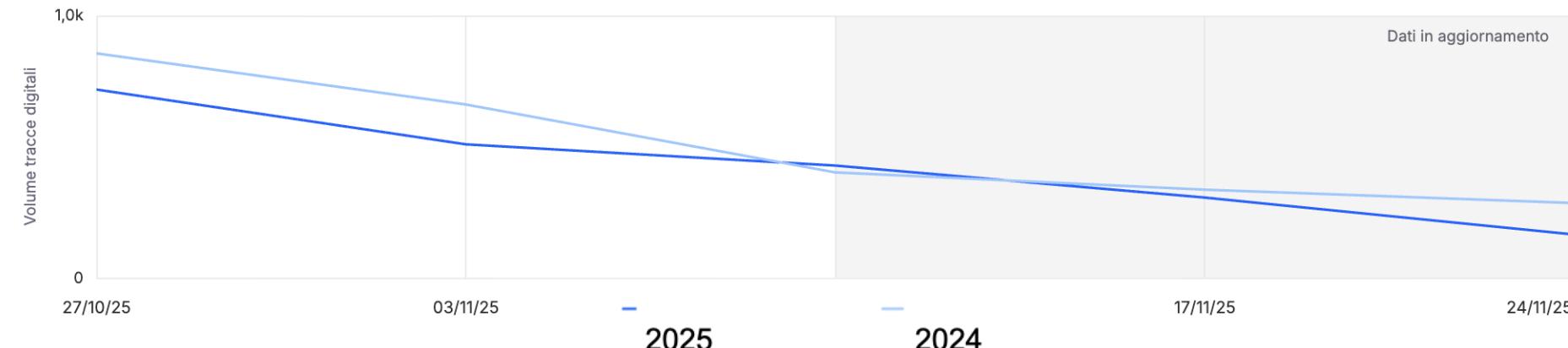
Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.

Volume totale tracce digitali **1,6k** VS **2,1k**

Settimanale

Dati in aggiornamento



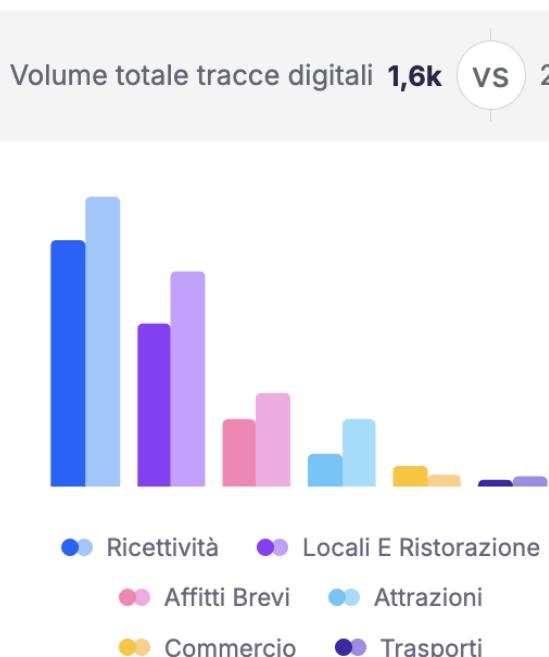
Distribuzione delle tracce digitali



Confronto tra novembre 2025 vs novembre 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	45,9%	747	89,5/100
	42,2%	880	89,2/100
Locali e Ristorazione	30,5%	496	89,9/100
	31,2%	652	84,3/100
Affitti Brevi	12,6%	205	90,9/100
	13,6%	283	88,4/100
Attrazioni	6,0%	98	93,5/100
	9,8%	204	94,8/100
Commercio	3,8%	62	95,0/100
	1,8%	37	82,6/100
Trasporti	1,2%	19	89,8/100
	1,5%	31	83,7/100

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 neutrali 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

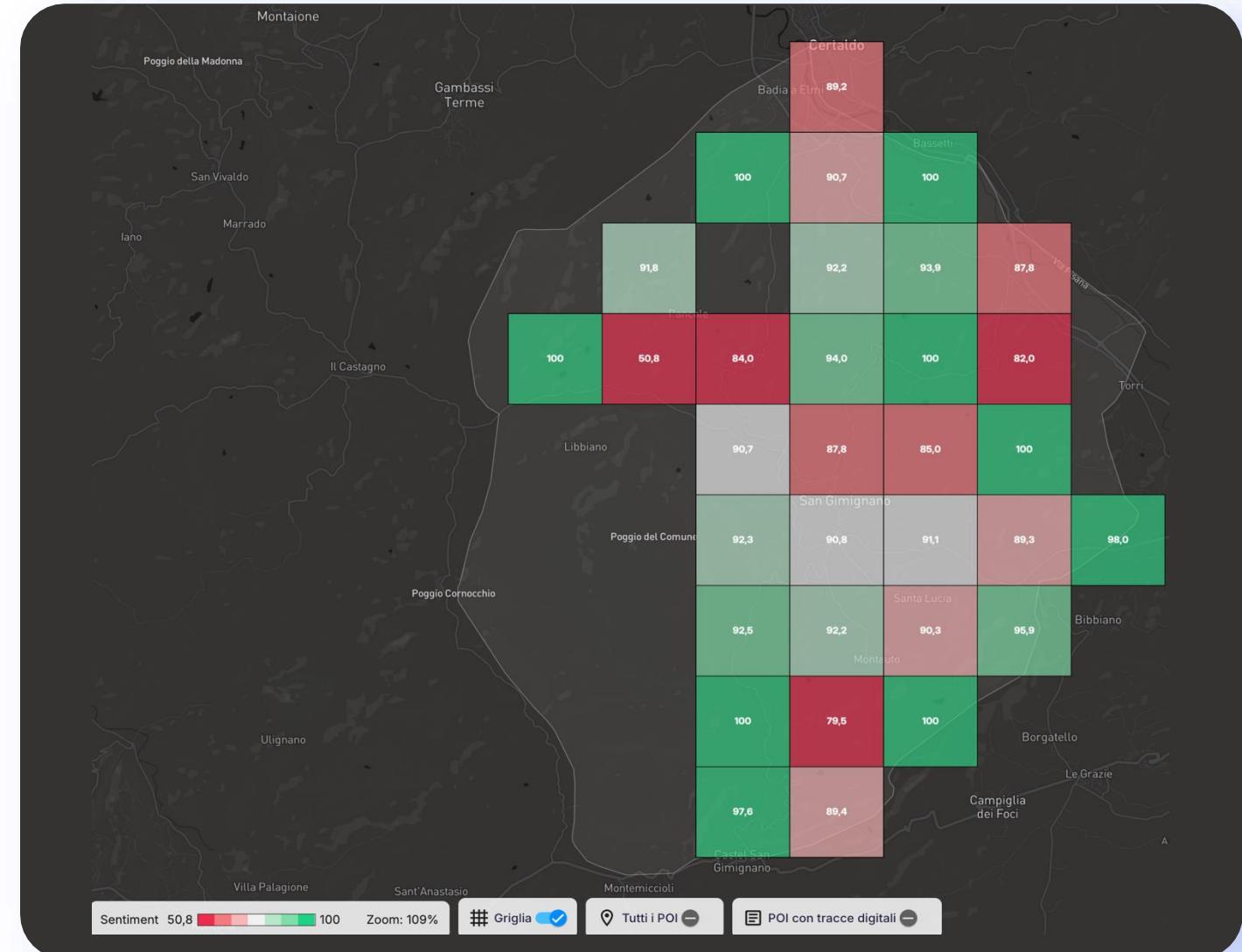
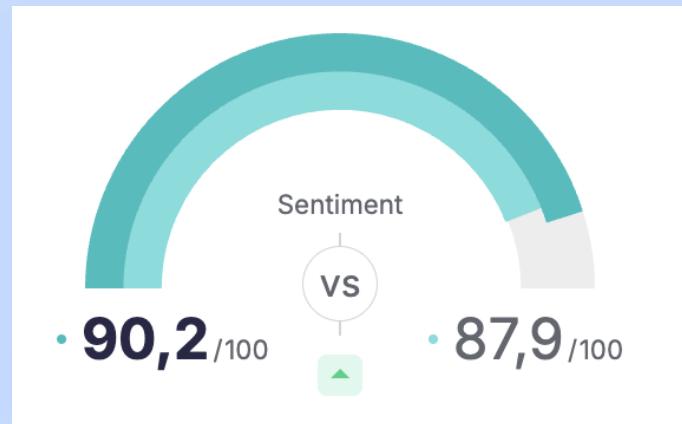


La mappa nella pagina successiva è uno strumento prezioso per comprendere il sentimento complessivo dei visitatori in diverse parti della città. Utilizzando un sistema di colori dinamico, la mappa mostra le variazioni nei valori dell'Indice di Sentiment, aiutando a individuare aree con reazioni positive o negative.

Sentiment Index: Mappa Territoriale



Confronto tra novembre 2025 vs novembre 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 novembre 2025 vs novembre 2024

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
Italia	32,5% 44,5%	88,3/100 86,2/100
Francia	6,4% 5,5%	86,0/100 84,9/100
Stati Uniti	6,0% 4,3%	92,1/100 88,8/100
Spagna	5,0% 4,0%	84,5/100 89,0/100
Brasile	4,7% 5,8%	92,9/100 93,4/100

Con chi viaggiano?



Germania

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
Germania	4,3% 3,5%	85,7/100 88,1/100
Israele	3,9% 1,6%	90,4/100 86,6/100
Regno Unito	3,0% 1,4%	90,8/100 84,8/100
Svizzera	2,8% 1,0%	88,3/100 91,9/100
Australia	2,3% 2,2%	90,6/100 89,4/100

Novembre 2025 a confronto con la Regione Toscana

Da dove provengono?



Italia

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▼	32,5%	88,3/100
	51,0%	83,0/100



Francia

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▲	6,4%	86,0/100
	4,5%	82,1/100



Stati Uniti

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▲	6,0%	92,1/100
	3,5%	87,7/100



Spagna

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▲	5,0%	84,5/100
	4,3%	80,3/100



Brasile

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▲	4,7%	92,9/100
	2,7%	84,2/100

Con chi viaggiano in Toscana?



49,2%
Coppie



26%
Famiglie



13%
Gruppi



11,2%
Singoli



Germania

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▲	4,3%	85,7/100
	3,2%	82,5/100



Israele

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▲	3,9%	90,4/100
	0,8%	85,3/100



Regno Unito

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▼	3,0%	90,8/100
	3,0%	84,3/100



Svizzera

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▲	2,8%	88,3/100
	1,6%	83,7/100



Australia

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
▲	2,3%	90,6/100
	1,4%	85,7/100

Argomenti più discussi – Affitti Brevi



Novembre 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione centrale e tranquilla, ideale per esplorare San Gimignano facilmente.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e disponibilità del personale, rendendo il soggiorno piacevole.
Camera	Camere spaziose, pulite e ben arredate, con letti comodi e accoglienti.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici	Bagni funzionali, alcuni con problemi minori, ma generalmente ben attrezzati.
-------------------------	---

Check-in e check-out

Interazione host

Mezzi di trasporto

Sicurezza Cucina

Pulizia Atmosfera Posizione Camera Ospitalità

Servizi igienici

Parcheggio

Coinvolgimento emotivo

Colazione Accessibilità

Connessione WiFi

Argomenti più discussi – Affitti Brevi



Novembre 2024

Aspetti positivi

Posizione	Posizione centrale e strategica, ideale per esplorare la città e dintorni.
Ospitalità	Ospitalità eccezionale, host attenti e disponibili, accoglienza calorosa e personale.
Camera	Camere accoglienti e pulite, ben attrezzate e spaziose per un soggiorno confortevole.

Aspetti da migliorare

Connessione WiFi Prenotazione
Colazione Atmosfera Costi Coinvolgimento emotivo
Personale Servizi Pulizia Accessibilità
Parcheggio Posizione Cibo
Check-in e check-out Ospitalità Camera
Interazione host

Argomenti più discussi – Attrazioni



Novembre 2025

Aspetti positivi

Attività culturali

San Gimignano offre una ricca storia e affascinanti attrazioni culturali.

Posizione

Situato nel cuore della Toscana, San Gimignano è un luogo incantevole.

Atmosfera

L'atmosfera medievale è romantica e vivace, ideale per serate speciali.

Aspetti da migliorare

Personale

Tempi di attesa

Cibo

Coinvolgimento emotivo

Ospitalità

Servizi

Attività culturali

Costi Atmosfera Posizione Pulizia

Argomenti più discussi – Attrazioni



Novembre 2024

Aspetti positivi

Attività culturali

San Gimignano offre un'esperienza culturale unica tra arte e storia medievale.

Posizione

Situato tra colline verdi, San Gimignano è un borgo affascinante e tranquillo.

Atmosfera

L'atmosfera è incantevole, ideale per passeggiate tranquille e momenti di relax.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici

Coinvolgimento emotivo

Servizi

Personale

Costi

Atmosfera Cibo Posizione

Family friendly

Ospitalità Pulizia

Accessibilità
Sostenibilità

Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni



Novembre 2025

Aspetti positivi

Cibo	Cibo delizioso e autentico, preparato con ingredienti freschi e locali.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale gentile, che fa sentire a casa.
Personale	Personale cordiale e competente, sempre pronto a offrire assistenza.

Aspetti da migliorare

Costi	Prezzi giusti e competitivi, adeguati alla qualità offerta e accessibili.
-------	---

Tempi di attesa Prenotazione
Pulizia **Posizione** Dolci
Secondi piatti Menu
Inclusività **Ospitalità** **Cibo** Personale
Antipasto **Bevande** **Servizi** **Costi** Atmosfera
Parcheggio Servizi igienici Coinvolgimento emotivo

Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni



Novembre 2024

Aspetti positivi

Cibo	Cibo delizioso e ben presentato, con piatti tipici toscani da provare.
Atmosfera	Ambiente accogliente e intimo, perfetto per un pasto rilassante.
Posizione	Posizione suggestiva e tranquilla, ideale per godere di San Gimignano.

Aspetti da migliorare

Tempi di attesa	Atteggiamento lunghe ma spesso ripagato da un servizio di qualità.
-----------------	--

Pulizia Primi piatti Colazione Secondi piatti
Ospitalità Dolci
Aperitivo Menu Costi Personale
Antipasto Posizione Cibo Atmosfera
Coinvolgimento emotivo Servizi
Sostenibilità Prenotazione
Bevande Inclusività

Argomenti più discussi – Ricettività



Novembre 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione ideale, tranquilla e vicina al centro di San Gimignano.
Personale	Personale cordiale e attento, sempre pronto ad aiutare gli ospiti.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, con ottimi consigli per gli ospiti.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici	Bagni con alcune carenze, ma generalmente puliti e funzionali.
Costi	Prezzi variabili, alcuni considerati alti ma con buon rapporto qualità-prezzo.

Parcheggio
Piscina e SPA
Accessibilità
Family friendly
Check-in e check-out
Intrattenimento
Colazione Atmosfera Posizione Ospitalità Personale Camera
Costi
Pulizia
Cibo Servizi igienici
Coinvolgimento emotivo Servizi Bevande
Connessione WiFi Sicurezza
Prenotazione Mezzi di trasporto

Argomenti più discussi – Ricettività



Novembre 2024

Aspetti positivi	
Posizione	Posizione eccellente, immersa nella natura e vicina a San Gimignano.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale gentile, con attenzione ai dettagli.
Personale	Personale disponibile e professionale, sempre pronto ad aiutare gli ospiti.

Aspetti da migliorare	
Servizi igienici	Bagni piccoli e qualche problema di spazio, ma puliti e funzionali.
Costi	Prezzi variabili, ma generalmente buono rapporto qualità-prezzo e alcune lamentele.

Connessione WiFi
Intrattenimento
Coinvolgimento emotivo
Sicurezza
Personale
Servizi
Atmosfera
Sicurezza
Family friendly

Piscina e SPA
Dolci
Ospitalità
Cibo
Colazione
Check-in e check-out

Posizione
Pulizia
Parcheggio
Pulizia
Camera
Check-in e check-out
Mezzi di trasporto

Servizi igienici
Parcheggio
Bevande
Accessibilità
Prenotazione
Uso interno

Argomenti più discussi – Commercio



Novembre 2025

Aspetti positivi

Cibo	Cibo eccezionale con ingredienti freschi e sapori autentici toscani.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale gentile che fa sentire a casa.
Atmosfera	Un ambiente incantevole che trasmette la magia di San Gimignano.

Aspetti da migliorare

Coinvolgimento emotivo
Posizione
Personale
Tempi di attesa
Servizi
Cibo
Ospitalità
Atmosfera
Beni di consumo

Analisi delle OTA

Saturazione e Prezzi OTA

Confronto tra novembre 2025 vs novembre 2024

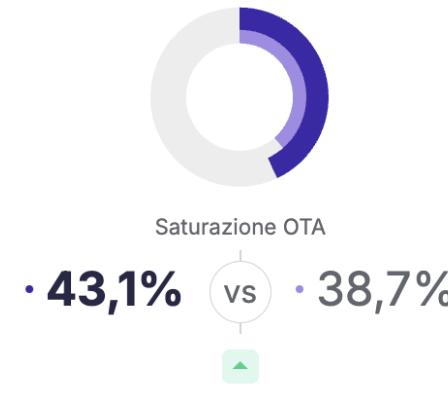
Tariffa media



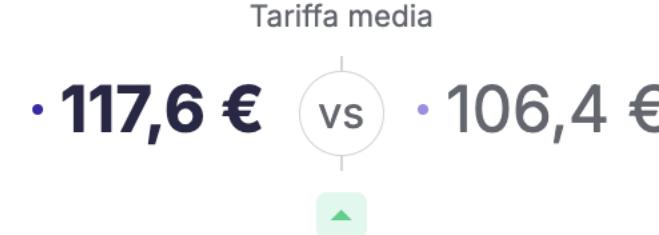
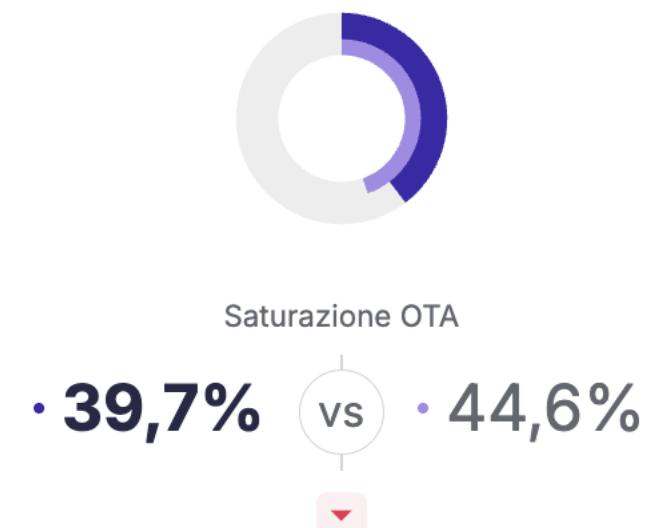
Ricettività



Saturazione OTA



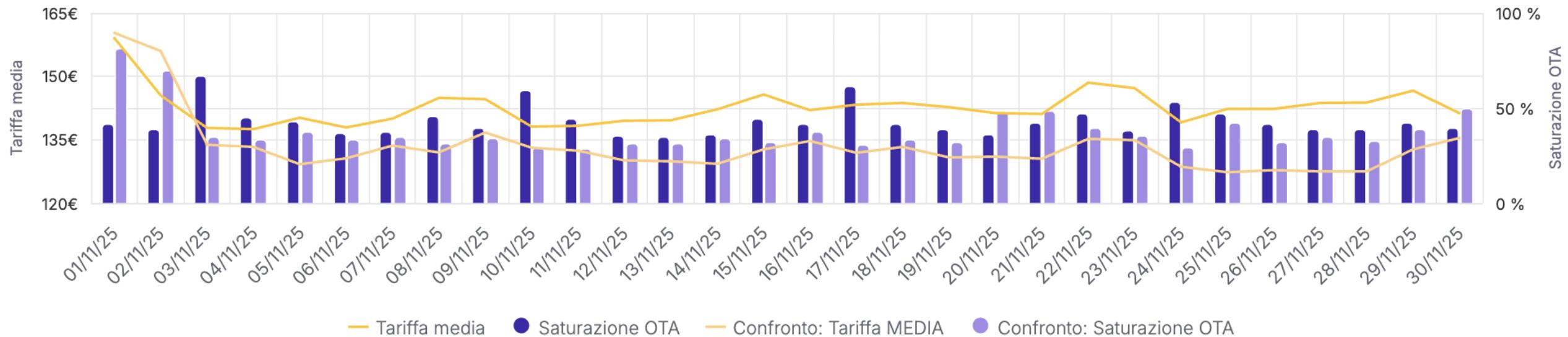
Affitti brevi



Saturazione e Prezzi OTA

Confronto tra novembre 2025 vs novembre 2024

Tariffe medie e tasso di saturazione sulle OTA

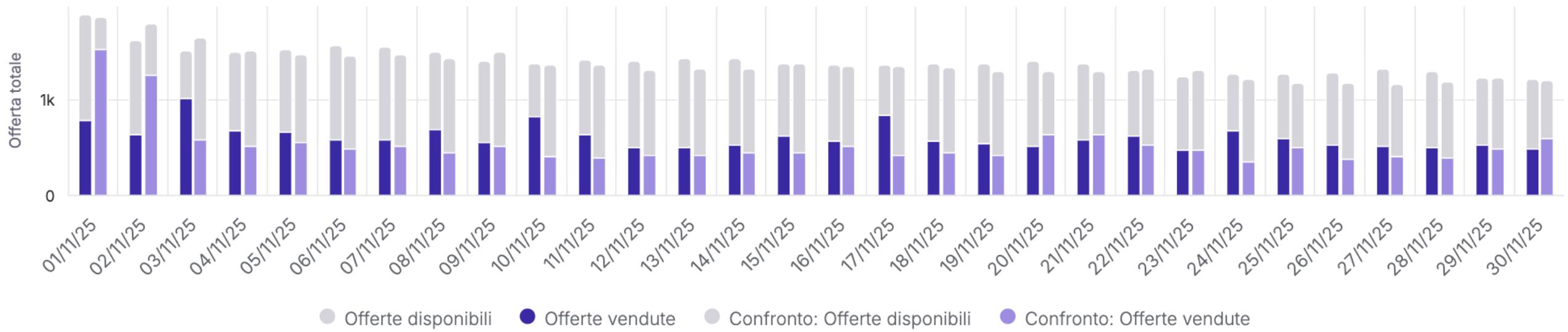


Saturazione e Prezzi OTA



Confronto tra novembre 2025 vs novembre 2024

Offerte pubblicate sulle OTA



Sostenibilità

Indice di Sostenibilità della Destinazione



Il **Destination Sustainability Index** è un framework, composto da 4 pillar, utilizzato per valutare e misurare le prestazioni di sostenibilità di una destinazione, attraverso l'analisi di fonti di dati proprietarie ed esterne. L'indice mira a fornire una valutazione completa degli sforzi di sostenibilità, consentendo confronti tra diverse destinazioni e servendo come guida per prendere decisioni informate e intraprendere azioni verso pratiche sostenibili.

Social-Cultural Pillar

Il Social-Cultural Pillar si concentra sugli effetti del turismo sia sugli aspetti sociali che culturali di una destinazione, come la presenza e la qualità delle aree verdi urbane, la vitalità culturale e la reputazione della destinazione, e l'accessibilità generale in termini di trasporto pubblico. Attraverso l'analisi di dati proprietari, l'indice mira a fornire preziose informazioni per promuovere comunità inclusive e lo sviluppo sostenibile.

Destination Management Pillar

Il Destination Management Pillar ha come obiettivo la valutazione della soddisfazione dei visitatori in base alla loro esperienza presso i vari punti di interesse all'interno della destinazione. Questo pillar pone particolare enfasi sulla percezione complessiva che i visitatori hanno, sulla fiducia che sviluppano e sul conseguente successo che la destinazione turistica può ottenere.



Buon livello di sostenibilità della destinazione.

Indice di Sostenibilità della Destinazione

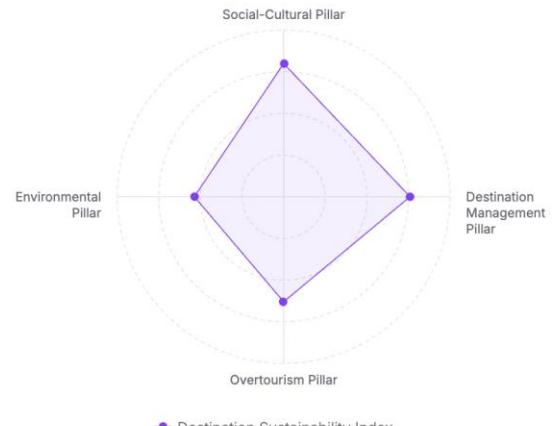


Overtourism Pillar

L'Overtourism Pillar si concentra sulla valutazione dell'impatto di flussi turistici eccessivi o mal gestito in una destinazione. Utilizza diversi indicatori, tra cui i flussi turistici stessi, le pressioni sull'offerta turistica e l'impatto sulla soddisfazione delle comunità ospitanti. Inoltre, viene considerata la percentuale di alloggi prenotati tramite OTA. Gli indicatori sono derivati da un mix di dati, come il sentimento, 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 novembre 2025 vs novembre 2024

Destination sustainability index

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



Destination Sustainability Index

68,1/100
67,4/100

Social-Cultural Pillar

79,9/100
73,2/100

Destination Management Pillar

76,0/100
73,8/100

Overtourism Pillar

63,1/100
61,0/100

Environmental Pillar

53,7/100
61,5/100

Social-cultural pillar

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



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.



Social-Cultural Pillar

79,9/100
73,2/100

Cultural Index

81,5/100
71,7/100

Urban Green Index

N.D.
N.D.

Public Transportation Index

37,1/100
34,0/100

Inclusivity Index

97,9/100
95,8/100

Destination Management Pillar

76,0/100
73,8/100

Sentiment Index

90,0/100
87,1/100

Travel barometer Index

83,9/100
80,9/100

Seasonal Balance Index

15,5/100
17,7/100

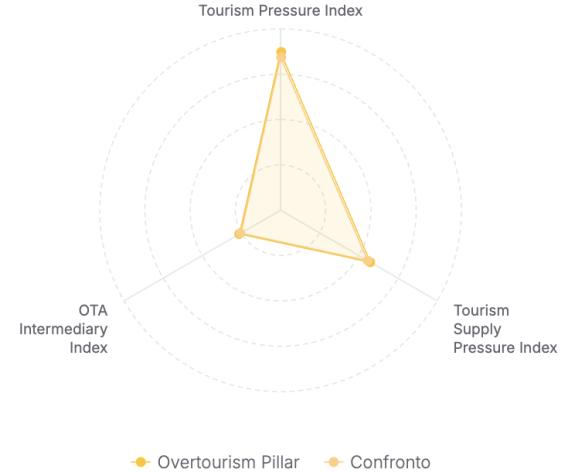
Indice di Sostenibilità delle Destinazioni



Confronto novembre 2025 vs novembre 2024

Overtourism pillar

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



Overtourism Pillar

▲ 63,1 / 100
61,0 / 100

Tourism Pressure Index

▲ 87,2 / 100
84,4 / 100

Tourism Supply Pressure Index

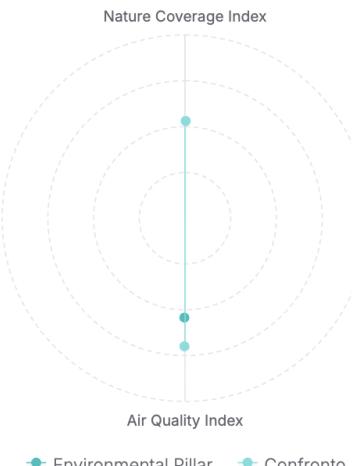
▲ 57,3 / 100
55,6 / 100

OTA Intermediary Index

▲ 26,2 / 100
25,3 / 100

Environmental pillar

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



Environmental Pillar

▼ 53,7 / 100
61,5 / 100

Nature Coverage Index

= 53,1 / 100
53,1 / 100

Air Quality Index

▼ 54,3 / 100
69,9 / 100

Spesa (VISA)

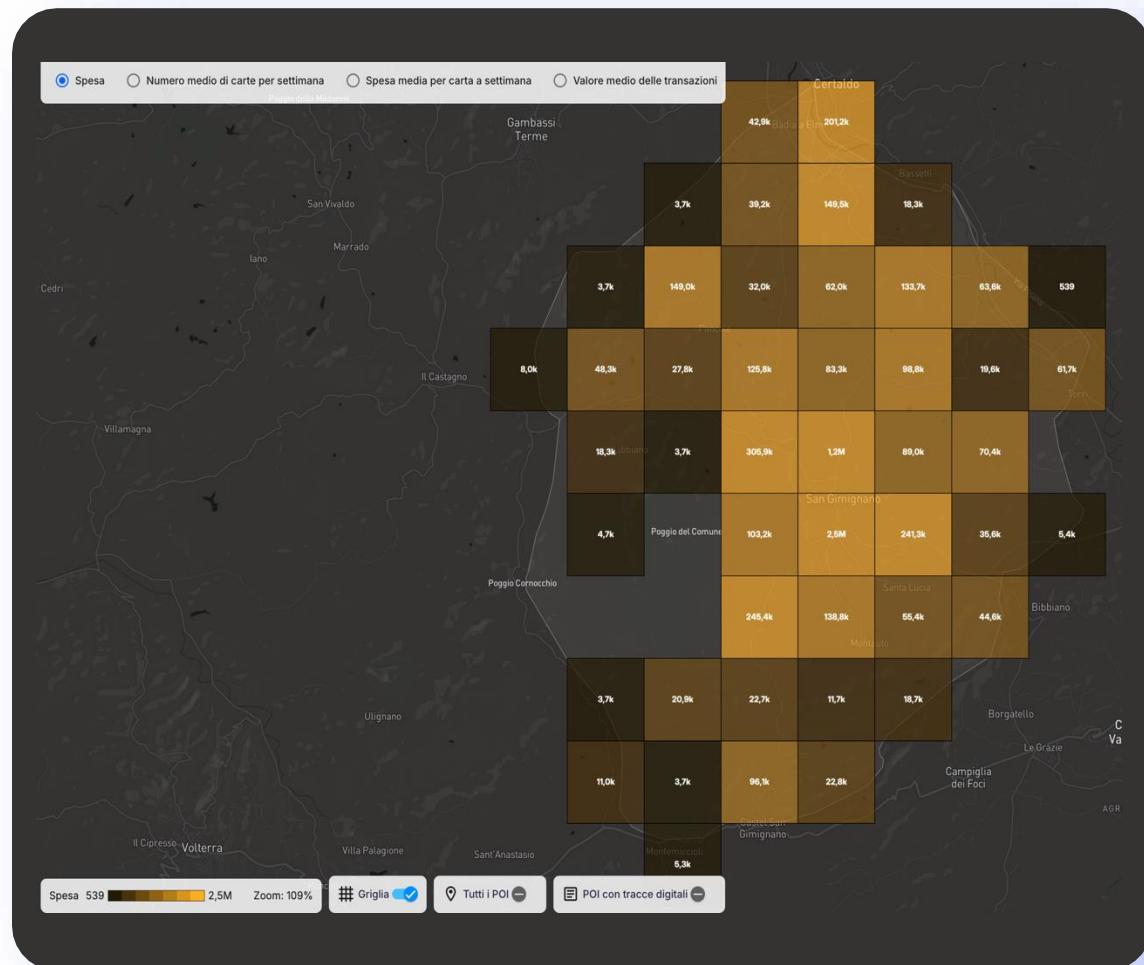
I dati sulla spesa sono forniti in partnership con VISA. La stima riportata dal Comune di San Gimignano proviene dai dati aggregati rielaborati da The Data Appeal Company, a partire dai dati di spesa forniti da Visa Government Insights Hub per il periodo di **Ottobre 2025** e incorpora dati provenienti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

Volume complessivo di spesa

6,2M
€

vs

5,9M
€

▲ 5,5%

Numero medio di carte per settimana

14,6k

vs

14,1k

▲ 3,5%

Spesa media per carta a settimana

84,3
€

vs

82,6
€

▲ 2,1%

Valore medio delle transazioni

51,6 €

vs

50,7 €

▲ 1,7%

Distribuzione della spesa per paese di provenienza

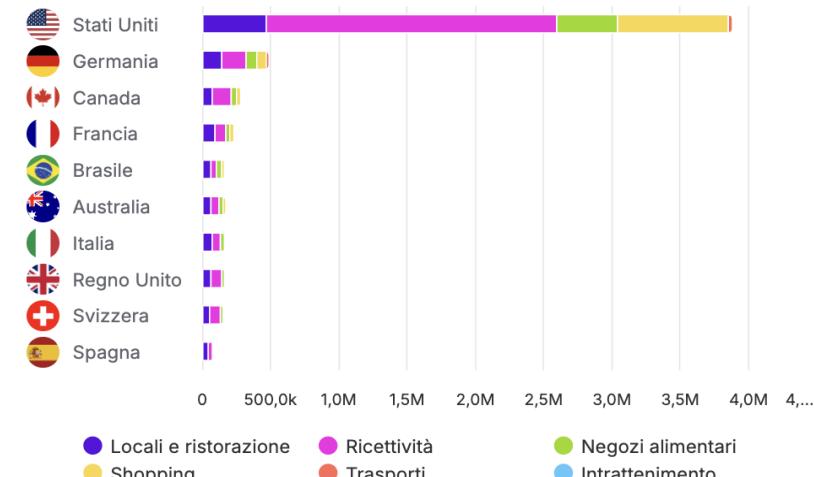


● Confronto ottobre 2025 vs ottobre 2024

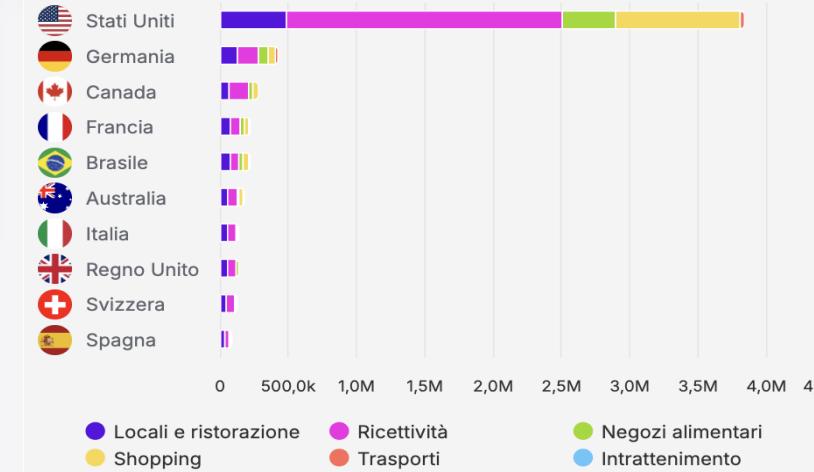
Dettaglio per top 5 paesi di origine

	Spesa ↓	Numero medio di carte per settimana	Spesa media per carta a settimana	Valore medio delle transazioni
USA Stati Uniti	▲ 3,9M € 3,8M €	▼ 5,9k 6,4k	▲ 131,6 € 118,7 €	▲ 80,8 € 72,2 €
Germany Germania	▲ 488,7k € 422,3k €	▲ 1,7k 1,5k	▼ 55,9 € 56,8 €	= 34,4 € 34,4 €
Canada Canada	▲ 291,6k € 285,8k €	▼ 724 758	▲ 80,0 € 74,8 €	▲ 48,2 € 44,7 €
France Francia	▲ 246,6k € 217,2k €	▲ 932 853	▲ 52,5 € 50,7 €	▲ 32,7 € 31,8 €
Brazil Brasile	▼ 175,4k € 215,8k €	▼ 1,1k 1,2k	▼ 31,8 € 34,4 €	▼ 18,9 € 20,6 €

Ottobre 2025



Ottobre 2024

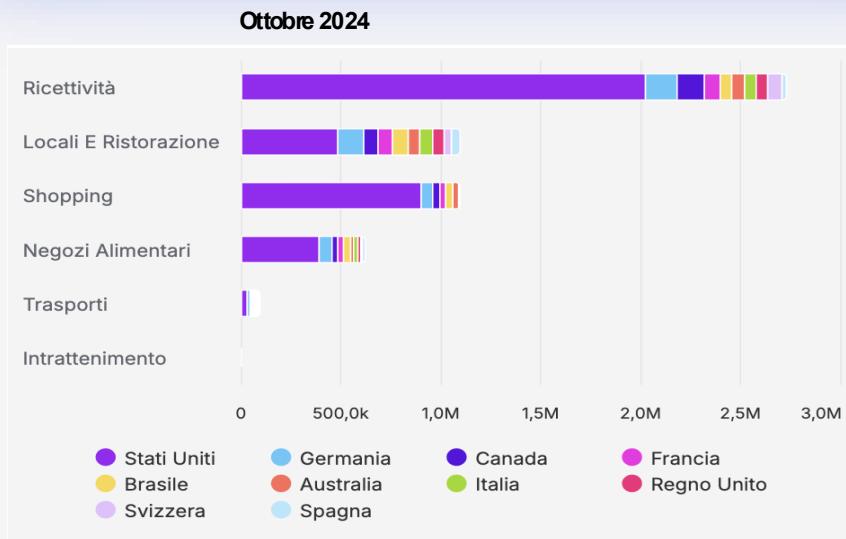
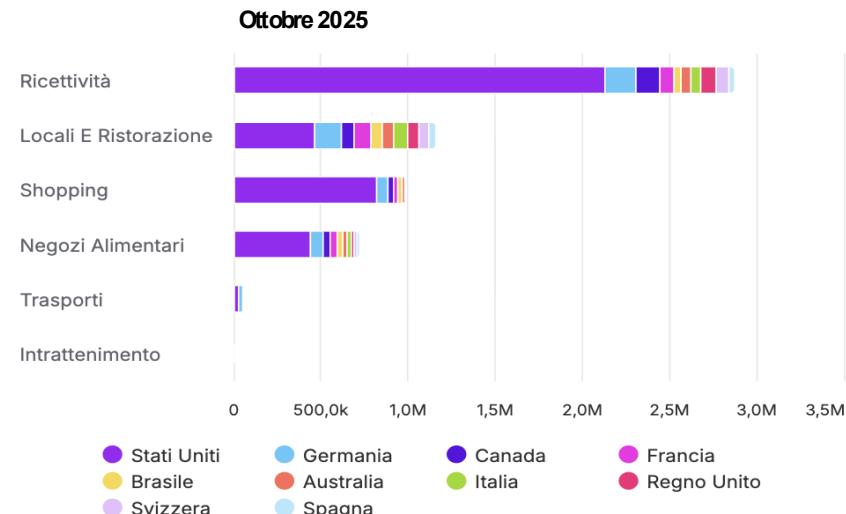


Distribuzione della spesa per settore

● Confronto ottobre 2025 vs ottobre 2024

Dettaglio per industria

	Spesa ↓	Numero medio di carte per settimana	Spesa media per carta a settimana	Valore medio delle transazioni
Ricettività	▲ 2,9M € 2,8M €	▼ 1,6k 1,6k	▲ 376,7 € 356,0 €	▲ 226,2 € 212,4 €
Locali e ristorazione	▲ 1,3M € 1,2M €	▲ 4,4k 4,3k	▲ 60,2 € 55,0 €	▲ 35,3 € 32,7 €
Shopping	▼ 1,0M € 1,1M €	▼ 2,7k 3,2k	▲ 74,0 € 70,5 €	▲ 47,3 € 43,0 €
Negozi alimentari	▲ 788,8k € 659,8k €	▲ 3,4k 2,7k	▼ 46,4 € 48,2 €	▼ 28,4 € 29,2 €
Trasporti	▲ 136,3k € 111,0k €	▲ 2,5k 2,3k	▲ 10,3 € 9,5 €	▲ 6,9 € 6,0 €

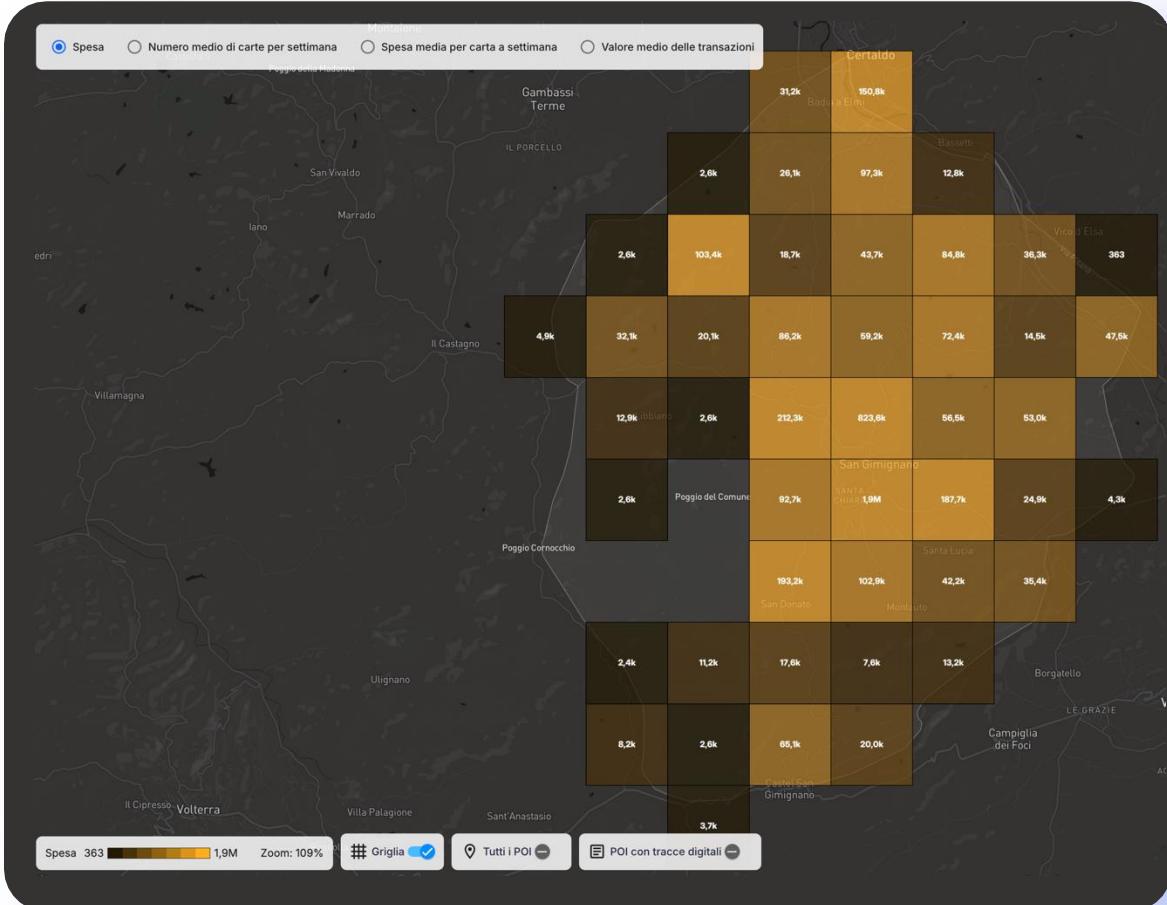


Distribuzione della spesa per settore

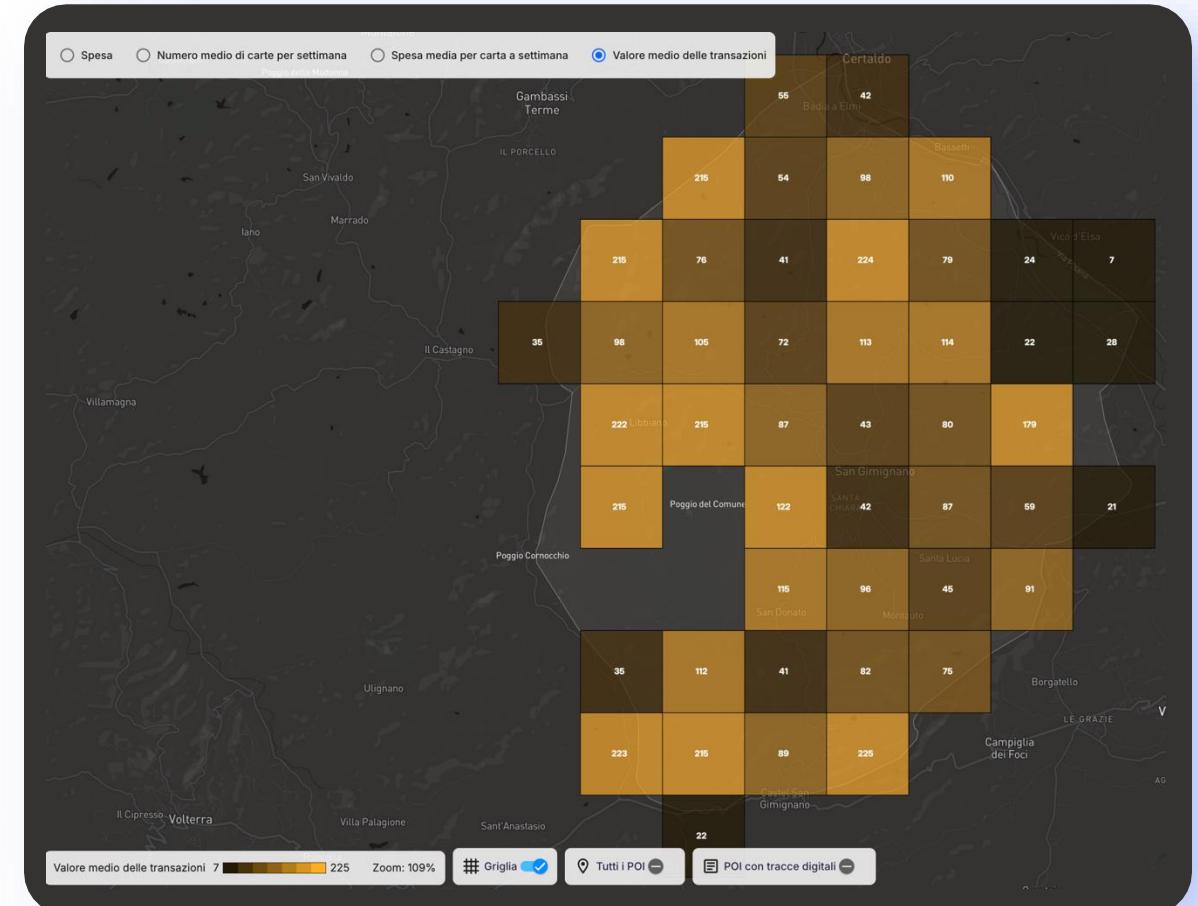


Confronto ottobre 2025 vs ottobre 2024

Volume complessivo di spesa



Valore medio delle transazioni

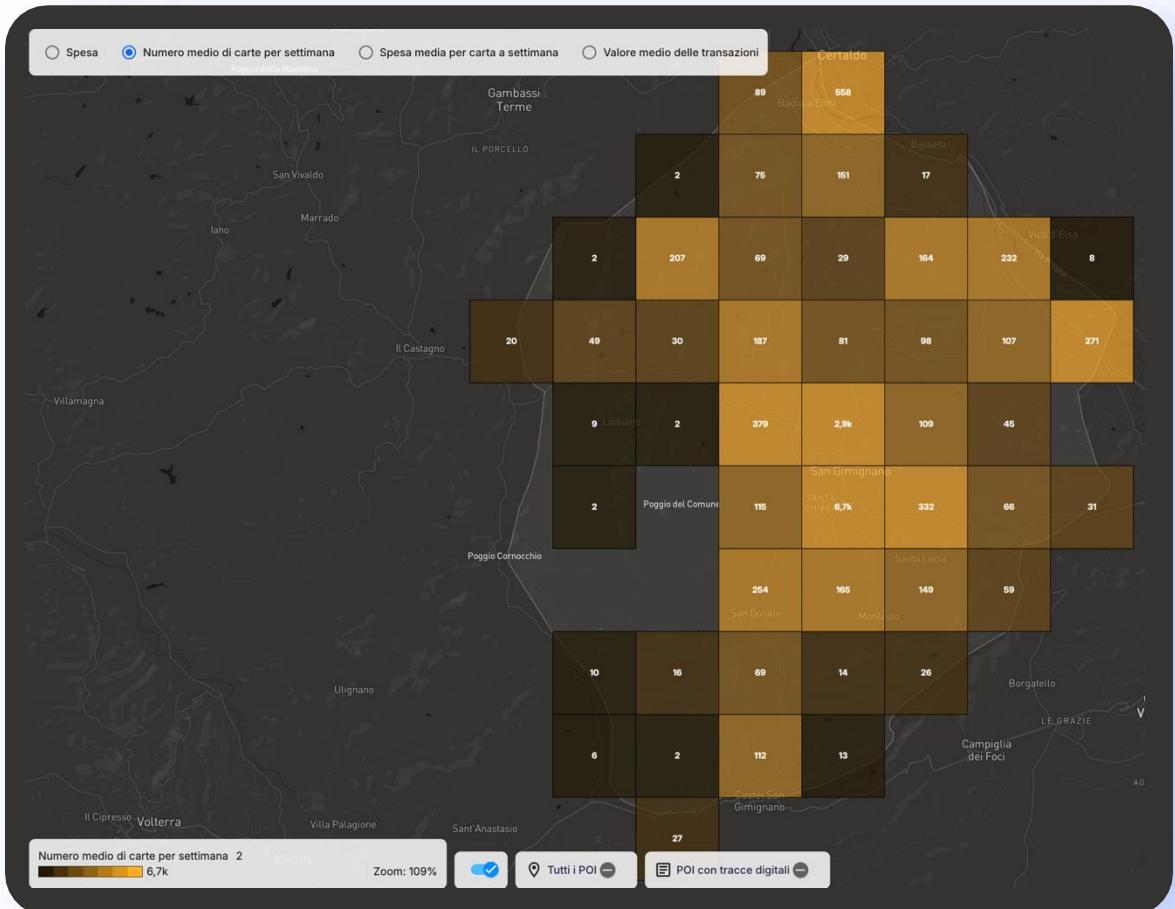


Distribuzione della spesa per settore

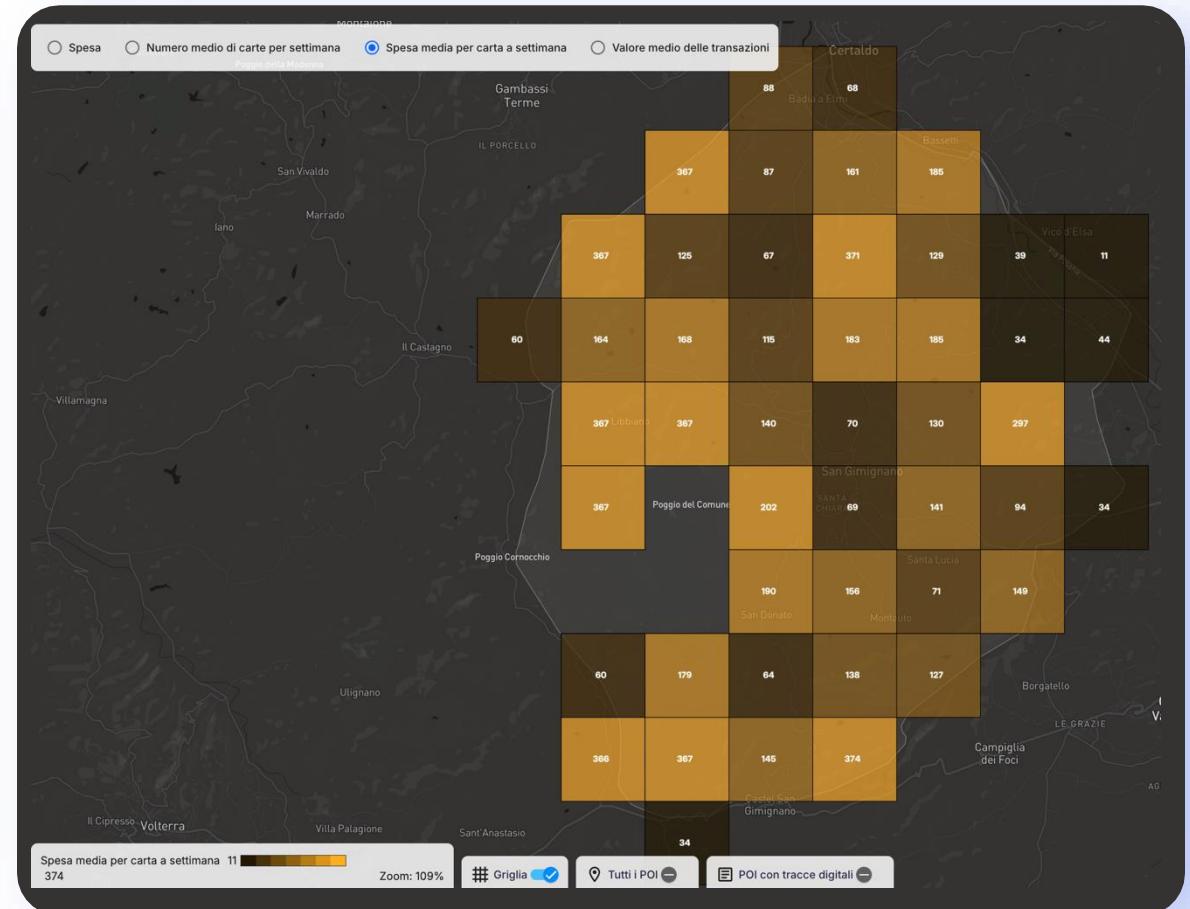


● Confronto ottobre 2025 vs ottobre 2024

Numero medio di carte per settimana



Spesa media per carta a settimana

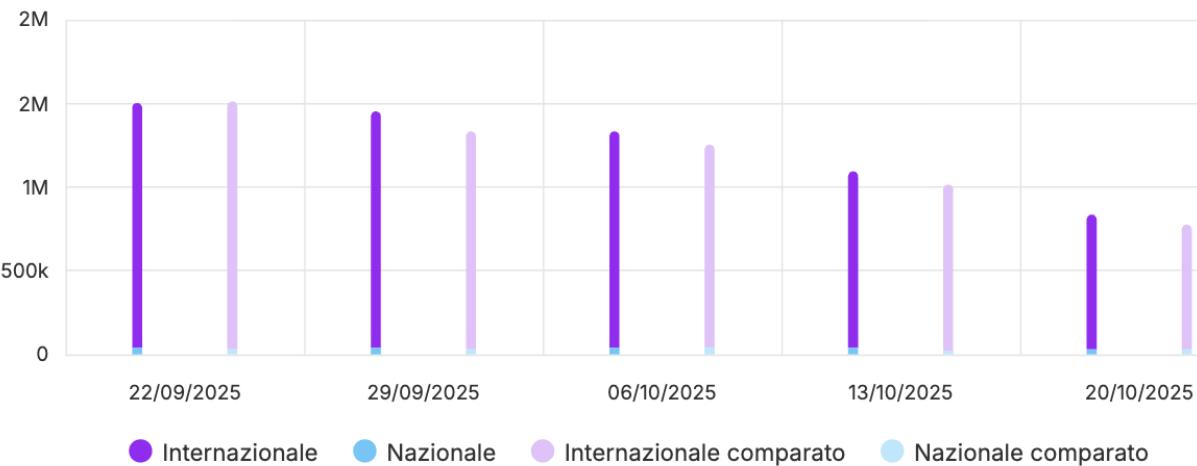


Distribuzione della spesa per origine e profilo

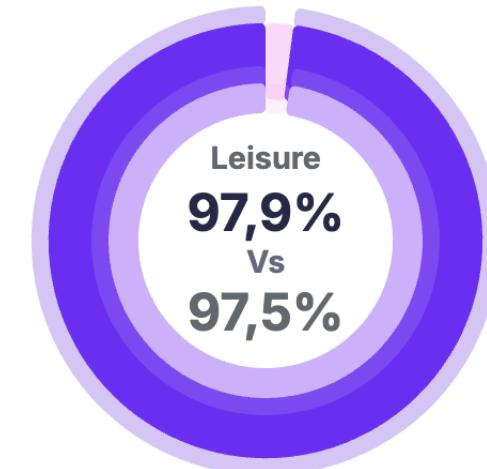


● Confronto ottobre 2025 vs ottobre 2024

Nazionale VS Internazionale



Business VS Leisure



● Business ● 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 cognizione 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, giustizi, 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.