



SAN GIMIGNANO

Report di Destinazione: Comune di San Gimignano

Cosa raccontano le tracce digitali?

MONITORAGGIO DELLA DESTINAZIONE
DICEMBRE 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: Dicembre 2025

Periodo di confronto: Dicembre 2024

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

Sintesi dei risultati:

- *Volume delle tracce digitali:* diminuzione generale dell'attività online relativa alla destinazione, rispetto a dicembre 2024
 - *Sentiment:* percezione prevalentemente positiva della destinazione, con livelli stabili rispetto a dicembre 2024.
 - *Mercati di Provenienza:* la maggioranza dei visitatori proviene da mercati consolidati, come Stati Uniti, Spagna e Brasile. Si rilevano Sentiment similari e molto positivi per le diverse nazionalità (oscillano tra 83 e 97 punti).
 - *Piattaforme OTA:* incremento del tasso di saturazione (+ 20,2%), e aumento delle tariffe medie (+ 5,3%) rispetto a dicembre 2024.
 - *Sostenibilità:* Rispetto a dicembre 2024, si registra una flessione complessiva (-14,2%), in particolare nell'area del destination management pillar (-22%) e del social-cultural pillar (-37%), con un incremento dell'overtourism pillar (+11,6%).
- Spesa turistica (dati VISA) novembre 2025 vs novembre 2024: volume di spesa in lievissima flessione rispetto a novembre 2024 (-0,5%). Il numero di carte registrate e la spesa media settimanale per carta restano stabili rispetto a novembre 2024.*

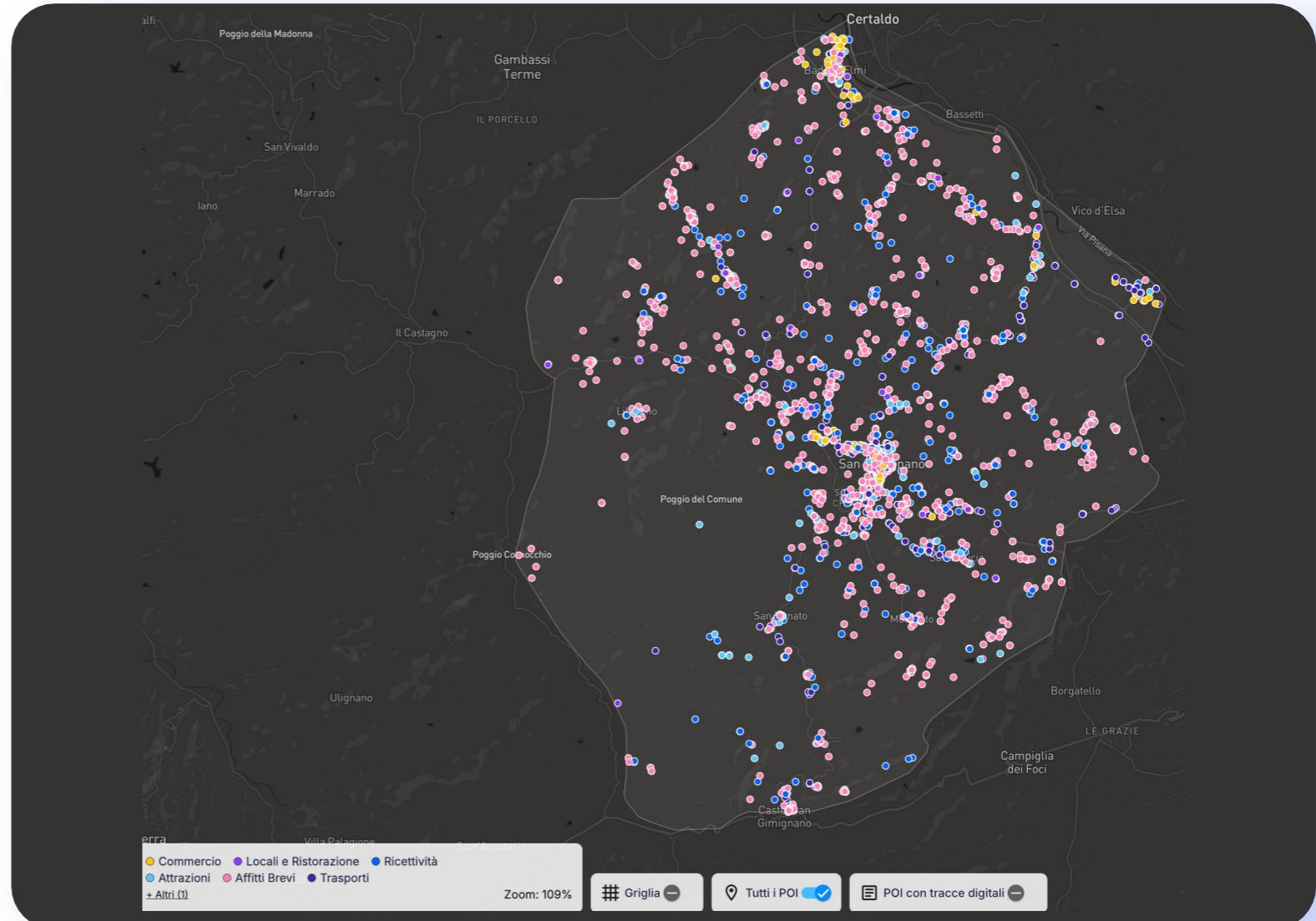
Area geografica e punti di interesse analizzati



Comune di San Gimignano



Dicembre 2025



Distribuzione delle tracce digitali

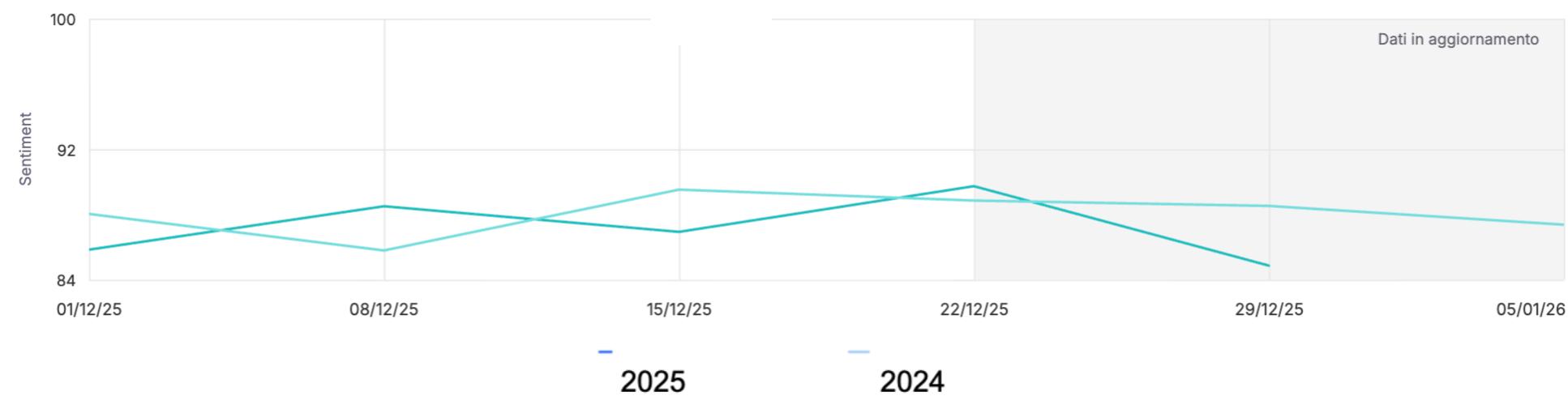
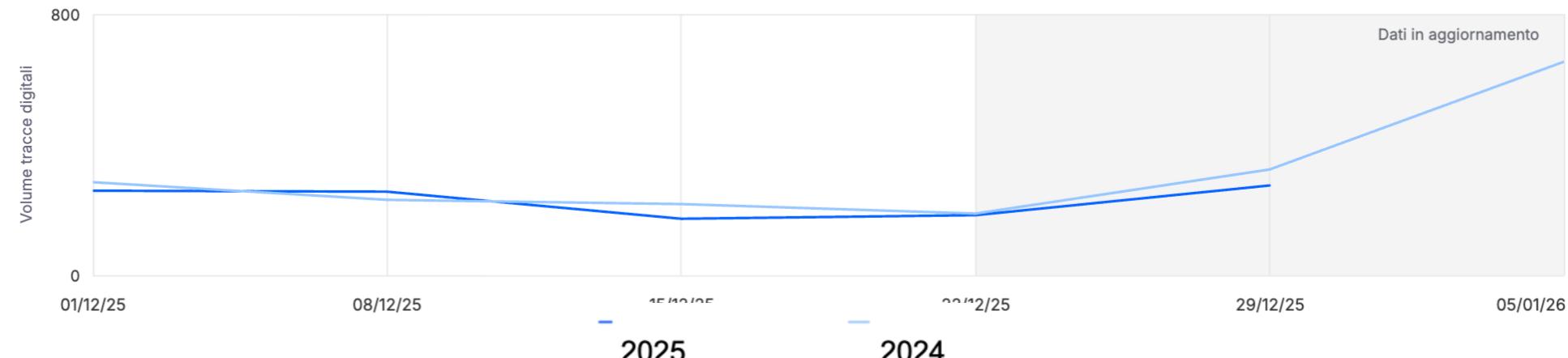


Confronto tra dicembre 2025 vs dicembre 2024

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 **1,0k** VS **1,2k**



Distribuzione delle tracce digitali



Confronto tra dicembre 2025 vs dicembre 2024

Distribuzione del volume delle tracce digitali da industrie selezionate

Suddivisione percentuale e volume totale delle tracce digitali rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale tracce digitali **1,0k** VS **1,2k**



- Locali E Ristorazione ● Ricettività
- Affitti Brevi ● Attrazioni
- Commercio ● Trasporti

	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
Locali e Ristorazione	37,6%	385	86,4/100
	38,2%	442	86,1/100
Ricettività	32,7%	335	86,6/100
	31,5%	365	87,7/100
Affitti Brevi	13,6%	139	90,7/100
	16,6%	192	88,9/100
Attrazioni	8,0%	82	87,5/100
	10,7%	124	92,2/100
Commercio	6,5%	66	94,1/100
	1,7%	20	89,8/100
Trasporti	1,7%	17	81,1/100
	1,3%	15	73,9/100

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

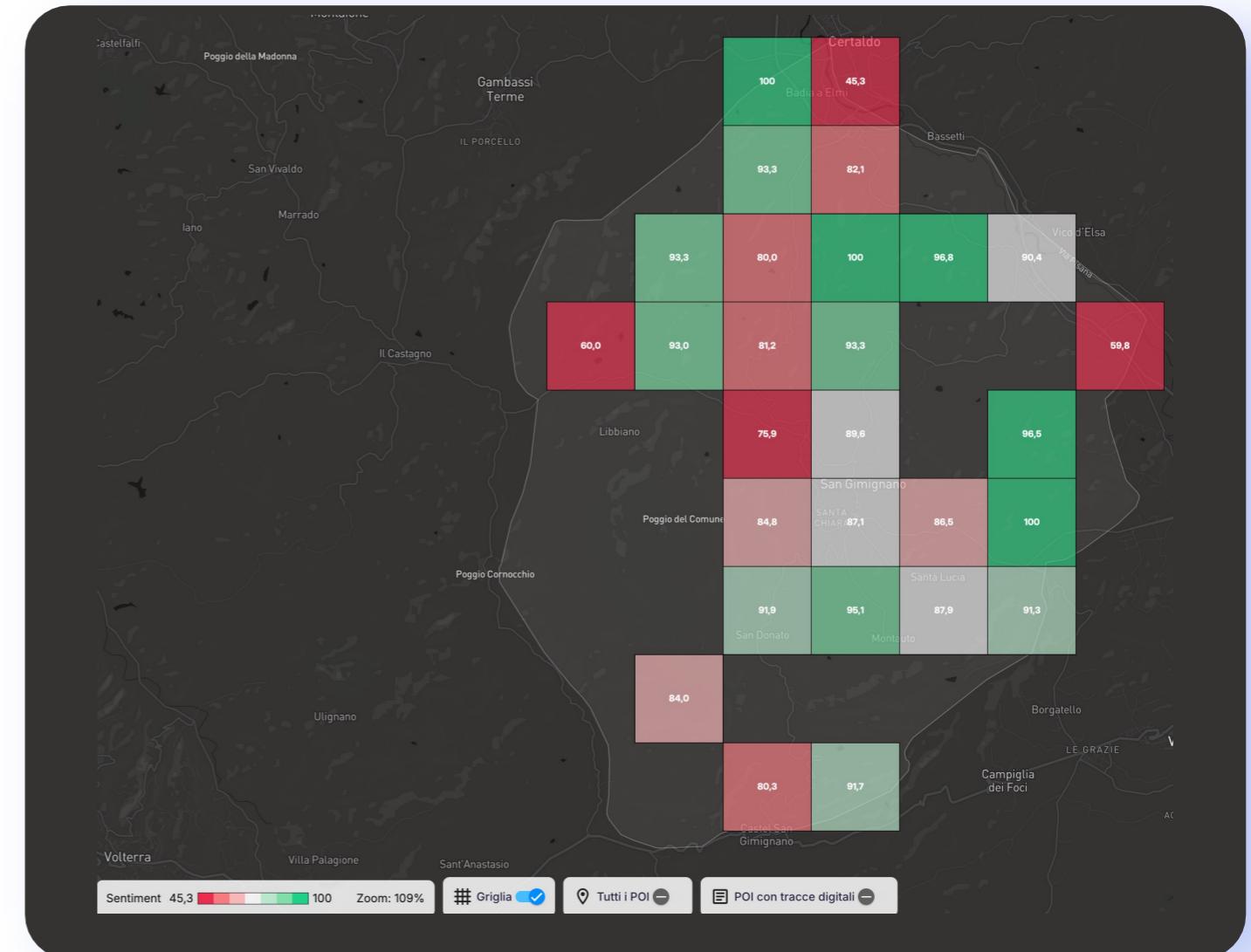
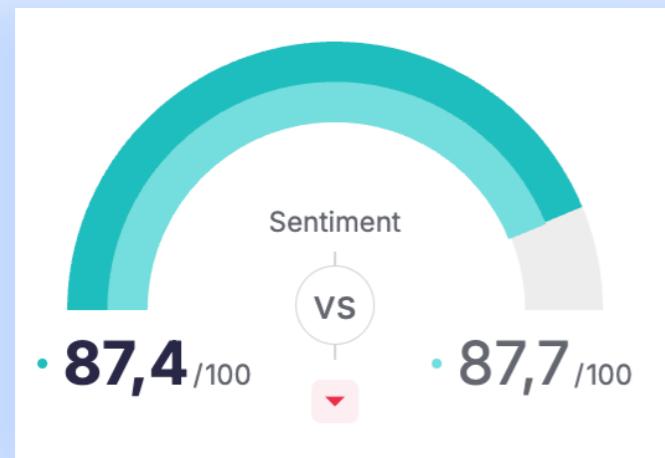


La mappa nella pagina successiva è uno strumento prezioso per comprendere il sentimento complessivo dei visitatori in diverse parti della città. Utilizzando un sistema di colori dinamico, la mappa mostra le variazioni nei valori dell'Indice di Sentiment, aiutando a individuare aree con reazioni positive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

Sentiment Index: Mappa Territoriale



Confronto tra dicembre 2025 vs dicembre 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 dicembre 2025 vs dicembre 2024

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
Italia	▲ 55,4% 53,6%	▼ 85,5/100 86,3/100
Stati Uniti	▲ 6,2% 3,6%	▲ 97,9/100 91,3/100
Brasile	▼ 4,4% 4,8%	▲ 92,4/100 90,5/100
Spagna	▼ 3,9% 5,0%	▼ 87,1/100 87,4/100
Israele	▲ 3,6% 1,0%	▲ 82,6/100 71,8/100

Con chi viaggiano?



	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
Australia	▲ 3,1% 2,4%	▲ 93,9/100 81,8/100
Francia	▼ 2,6% 3,4%	▲ 87,2/100 81,1/100
Grecia	▲ 2,3% 0,7%	▼ 80,2/100 94,3/100
Argentina	▲ 1,5% 1,4%	▼ 87,3/100 92,3/100
Svizzera	▼ 1,5% 1,7%	▼ 89,0/100 90,0/100

Mercati e Visitatori

Dicembre 2025 a confronto con la Regione Toscana

Da dove provengono?

	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
Italia	55,4% 61,0%	85,5/100 83,7/100
Stati Uniti	6,2% 2,9%	97,9/100 89,3/100
Brasile	4,4% 1,9%	92,4/100 87,3/100
Spagna	3,9% 4,8%	87,1/100 82,5/100
Israele	3,6% 0,7%	82,6/100 84,9/100

Con chi viaggiano in Toscana?



	Distribuzione tracce digitali ↓	Sentiment
Australia	3,1% 1,0%	93,9/100 86,6/100
Francia	2,6% 3,3%	87,2/100 83,0/100
Grecia	2,3% 1,4%	80,2/100 84,0/100
Argentina	1,5% 0,7%	87,3/100 87,2/100
Svizzera	1,5% 1,3%	89,0/100 83,2/100

Argomenti più discussi – Affitti Brevi



Dicembre 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione centrale e strategica, ideale per esplorare la città.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e disponibilità eccezionale da parte dei proprietari.
Pulizia	Pulizia impeccabile e cura degli ambienti durante il soggiorno.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici	Bagni funzionali e puliti, ma con alcune mancanze.
Cucina	Cucina condivisa ben attrezzata, ma alcune aspettative non soddisfatte.

Mezzi di trasporto

Coinvolgimento emotivo

Colazione **Cucina**

Servizi igienici Servizi

Parcheggio

Interazione host

Accessibilità

Posizione

Connessione WiFi

Camera

Atmosfera

Pulizia

Costi

Ospitalità

Check-in e check-out

Argomenti più discussi – Affitti Brevi



Dicembre 2024

Aspetti positivi

Posizione	Posizione centrale e panoramica, accesso facile a punti d'interesse storici.
Ospitalità	Ospitalità eccezionale, host gentili e disponibili, accoglienza calorosa.
Coinvolgimento emotivo	Esperienze positive, gli ospiti si sentono a casa e desiderano tornare.

Aspetti da migliorare

Costi	Prezzi variabili, alcuni considerano eccessivi rispetto alla qualità dell'esperienza.
Check-in e check-out	Processo di check-in semplice, ma con alcune difficoltà di comunicazione.

Servizi igienici Interazione host Bevande Piscina e SPA
Coinvolgimento emotivo Costi
Check-in e check-out Posizione Camera
Parcheggio Cucina Colazione
Cibo Atmosfera Mezzi di trasporto Pulizia Ospitalità
Atmosfera Accessibilità

Argomenti più discussi – Attrazioni



Dicembre 2025

Aspetti positivi

Attività culturali Ricco di storia medievale, monumenti e tradizioni locali da esplorare.

Posizione Bellissimo borgo medievale con panorami mozzafiato e piazze suggestive.

Atmosfera Luogo pittoresco e affascinante, ma affollato di turisti.

Aspetti da migliorare

Costi Esperienza costosa con spese aggiuntive inaspettate.

Servizi Servizi scadenti, mancanza di comunicazione e costi non chiari.

Tempi di attesa Attendere almeno mezz'ora per evitare lunghe code.

Parcheggio Mezzi di trasporto

Coinvolgimento emotivo Costi

Ospitalità

Accessibilità
Servizi

Tempi di attesa

Posizione

Cibo Personale
Pulizia Prenotazione

Atmosfera

Attività culturali

Argomenti più discussi – Attrazioni



Dicembre 2024

Aspetti positivi

Posizione	Piazza storica con viste spettacolari e accesso a luoghi affascinanti.
Attività culturali	Ricca di storia e architettura, con piazze e dettagli unici.
Atmosfera	Luogo tranquillo e vibrante, ideale per passeggiare e rilassarsi.

Aspetti da migliorare

Ospitalità	Critiche per la mancanza di servizi durante le festività.
-------------------	---

Ospitalità Spiaggia Personale Family friendly

Cibo

Posizione

Pulizia

Atmosfera

Attività culturali

Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni

Dicembre 2025

Aspetti positivi

Cibo

Cibo tipico e delizioso, con piatti curati e ingredienti di alta qualità.

Ospitalità

Accoglienza calorosa e personale disponibile, creando un'atmosfera familiare e amichevole.

Personale

Personale gentile e professionale, attento alle esigenze dei clienti e accogliente.

Aspetti da migliorare

Pulizia Colazione Parcheggio
Posizione Bevande Secondi piatti Antipasto
Menu Costi Personale Sostenibilità
Aperitivo Ospitalità Cibo Atmosfera
Primi piatti Coinvolgimento emotivo Dolci
Servizi igienici Tempi di attesa Servizi Inclusività

Argomenti più discussi – Locali e Ristorazioni



Dicembre 2024

Aspetti positivi

Cibo Cibo tipico toscano di alta qualità, piatti gustosi e abbondanti.

Ospitalità Accoglienza calorosa e personale gentile, servizio eccezionale e attento.

Personale Personale cordiale e disponibile, sempre pronto a soddisfare le richieste.

Aspetti da migliorare

Costi Prezzi onesti e giusti rispetto alla qualità del cibo offerto.

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

Argomenti più discussi – Ricettività



Dicembre 2025

Aspetti positivi

Posizione	Posizione eccellente, immersa nel verde e vicina a San Gimignano.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, rendendo il soggiorno molto piacevole.
Personale	Personale gentile e professionale, sempre pronto ad aiutare gli ospiti.

Aspetti da migliorare

Servizi igienici	Bagni con problemi di pulizia e funzionalità, necessitano di aggiornamenti.
Servizi	Servizi variabili, con alcune mancanze e necessità di miglioramenti.
Costi	Prezzi generalmente equilibrati, ma alcuni li considerano eccessivi rispetto ai servizi.

Servizi igienici

Parcheggio

Check-in e check-out

Bevande

Mezzi di trasporto

Ospitalità

Servizi

Camera

Sicurezza

Costi

Intrattenimento

Cibo

Posizione

Pulizia

Piscina e SPA

Atmosfera

Personale

Colazione

Prenotazione

Family friendly

Coinvolgimento emotivo

Sostenibilità

Accessibilità

Argomenti più discussi – Ricettività



Dicembre 2024

Aspetti positivi

Posizione

Posizione ideale con panorami mozzafiato, vicino al centro di San Gimignano.

Personale

Personale gentile e professionale, sempre pronto ad assistere gli ospiti.

Ospitalità

Accoglienza calorosa e personale disponibile, rendendo il soggiorno memorabile.

Aspetti da migliorare

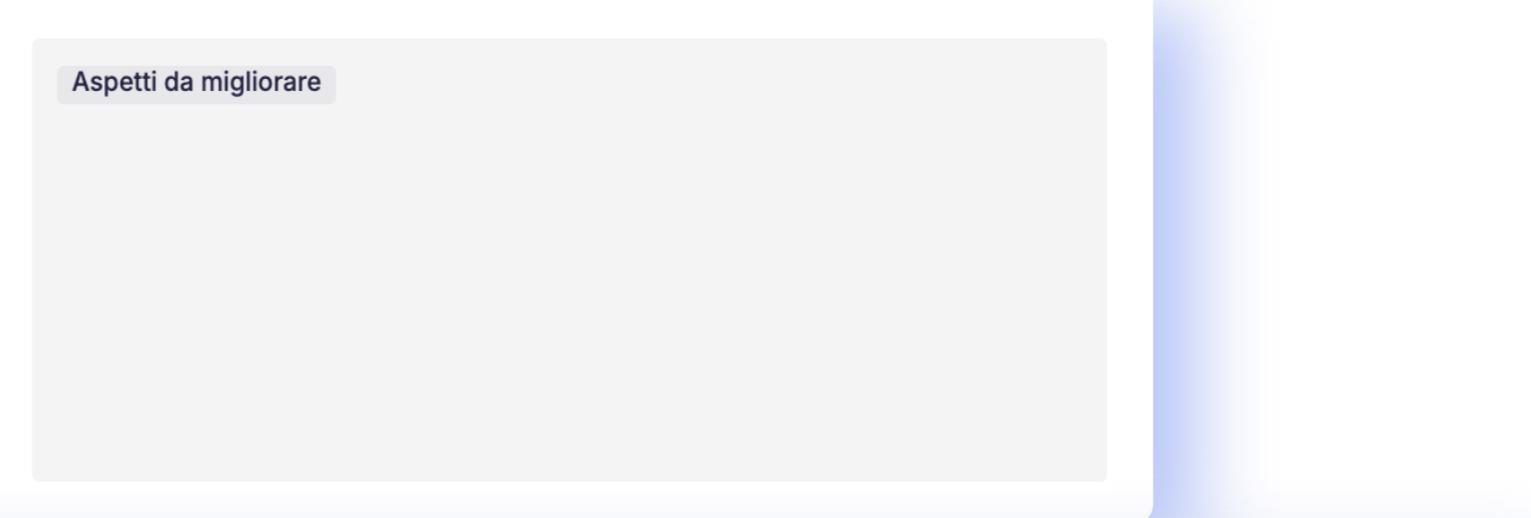
Servizi igienici Check-in e check-out Piscina e SPA
Parcheggio Mezzi di trasporto Coinvolgimento emotivo
Mezzi di trasporto Bevande Pulizia Posizione Cibo Costi
Accessibilità Ospitalità Personale Camera
Family friendly Interazione host

Argomenti più discussi – Commercio



Dicembre 2025

Aspetti positivi	
Cibo	Cibo delizioso e panini straordinari, preparati con ingredienti freschi e locali.
Ospitalità	Accoglienza calorosa e simpatia dei proprietari, un'esperienza indimenticabile.
Personale	Personale gentile e disponibile, sempre pronto ad aiutare con un sorriso.



Tempi di attesa
Coinvolgimento emotivo
Atmosfera Costi
Parcheggio Posizione
Servizi igienici Beni di consumo
Intrattenimento
Ospitalità
Cibo Personale
Servizi Pulizia

Analisi delle OTA

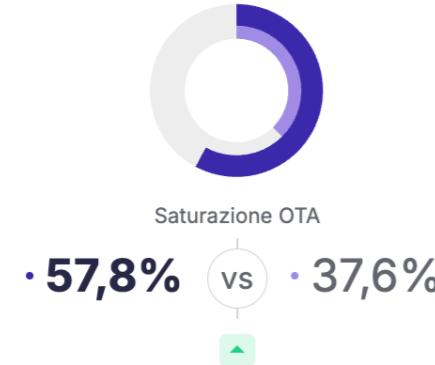
Saturazione e Prezzi OTA

Confronto tra dicembre 2025 vs dicembre 2024

Tariffa media



Saturazione OTA



Ricettività



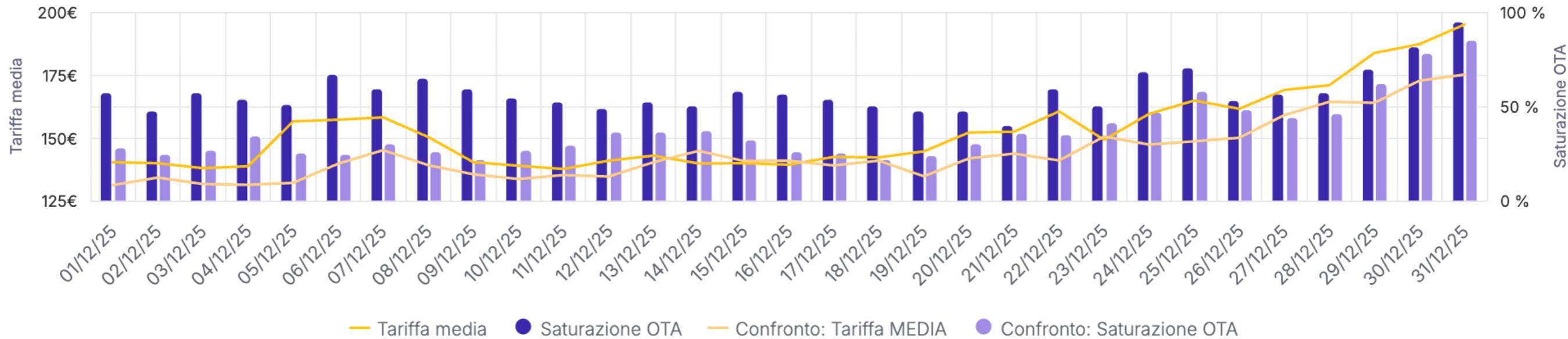
Affitti brevi



Saturazione e Prezzi OTA

Confronto tra dicembre 2025 vs dicembre 2024

Tariffe medie e tasso di saturazione sulle OTA

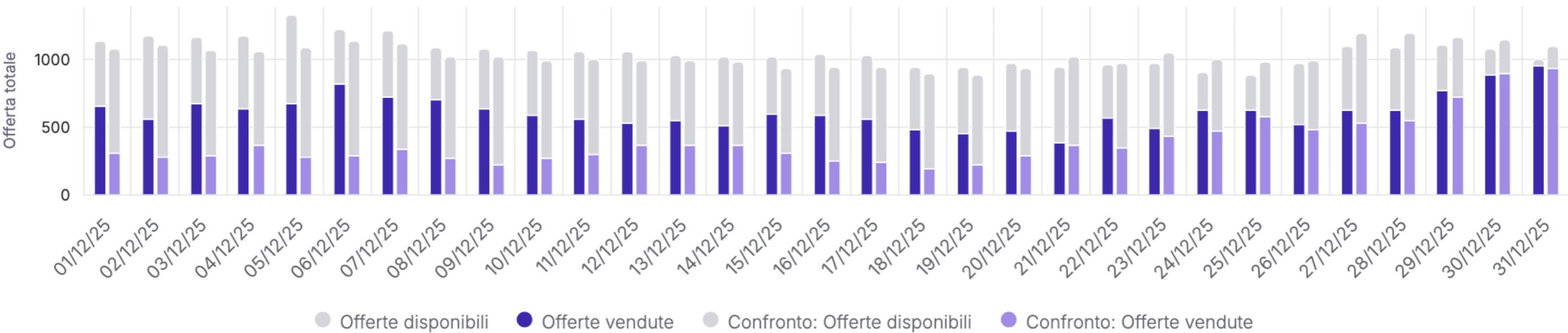


Saturazione e Prezzi OTA



Confronto tra dicembre 2025 vs dicembre 2024

Offerte pubblicate sulle OTA



Sostenibilità

Indice di Sostenibilità della Destinazione



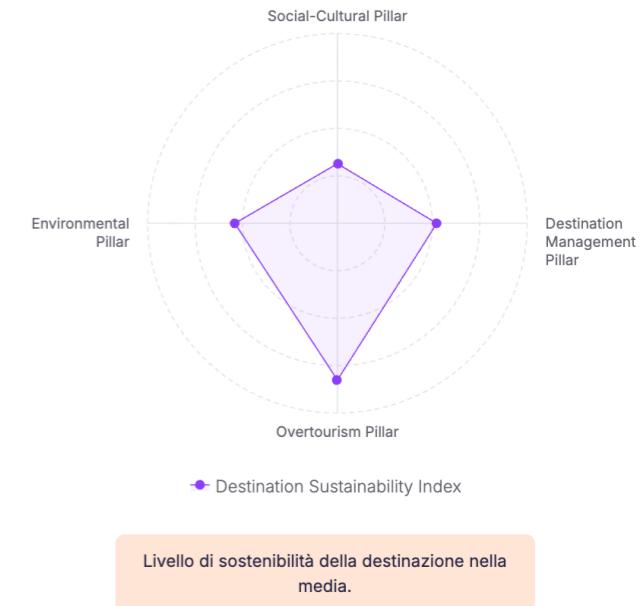
Il **Destination Sustainability Index** è un framework, composto da 4 pillar, utilizzato per valutare e misurare le prestazioni di sostenibilità di una destinazione, attraverso l'analisi di fonti di dati proprietarie ed esterne. L'indice mira a fornire una valutazione completa degli sforzi di sostenibilità,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

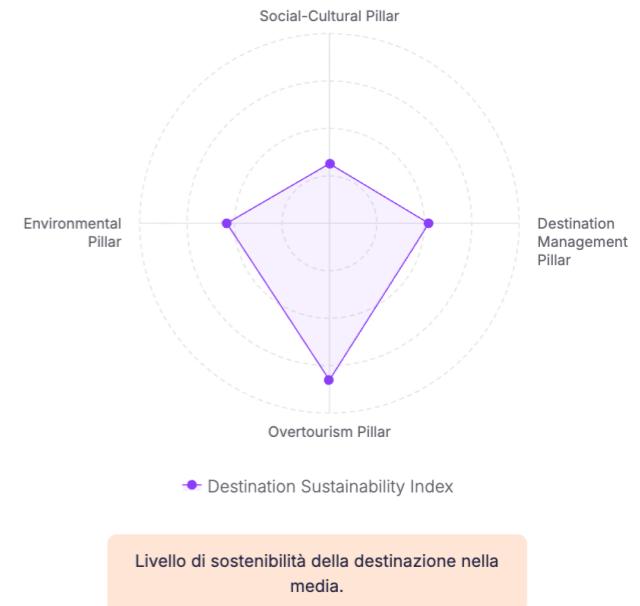


Overtourism Pillar

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 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.



Indice di Sostenibilità delle Destinazioni



Confronto dicembre 2025 vs dicembre 2024

Destination sustainability index

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



Destination Sustainability Index

55,1 /100
69,3 /100

Social-Cultural Pillar

31,4 /100
68,8 /100

Destination Management Pillar

52,4 /100
74,5 /100

Overtourism Pillar

82,6 /100
71,0 /100

Environmental Pillar

54,1 /100
63,0 /100

Social-cultural pillar

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



Social-Cultural Pillar

31,4 /100
68,8 /100

Cultural Index

30,8 /100
66,7 /100

Urban Green Index

N.D. N.D.
N.D.

Public Transportation Index

33,9 /100
31,7 /100

Inclusivity Index

N.D. N.D.
91,6 /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

52,4 /100
74,5 /100

Sentiment Index

92,8 /100
85,8 /100

Travel barometer Index

33,4 /100
83,6 /100

Seasonal Balance Index

9,8 /100
17,3 /100

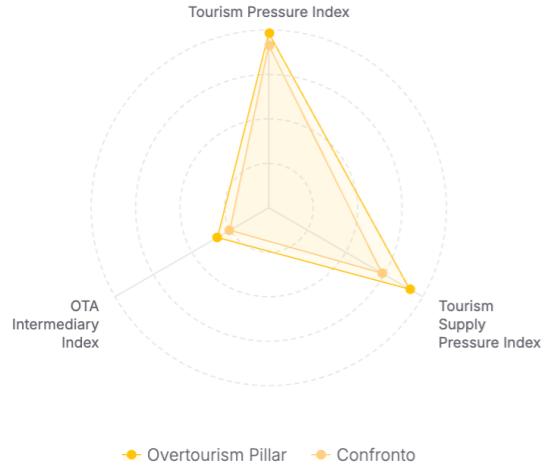
Indice di Sostenibilità delle Destinazioni



Confronto dicembre 2025 vs dicembre 2024

Overtourism pillar

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



Overtourism Pillar

▲ **82,6** /100
71,0 /100

Tourism Pressure Index

▲ **98,2** /100
91,3 /100

Tourism Supply Pressure Index

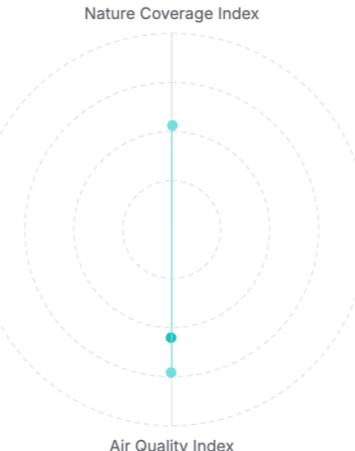
▲ **91,6** /100
73,5 /100

OTA Intermediary Index

▲ **33,4** /100
25,3 /100

Environmental pillar

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



Environmental Pillar

▼ **54,1** /100
63,0 /100

Nature Coverage Index

= **53,1** /100
53,1 /100

Air Quality Index

▼ **55,1** /100
72,9 /100

Spesa (VISA)

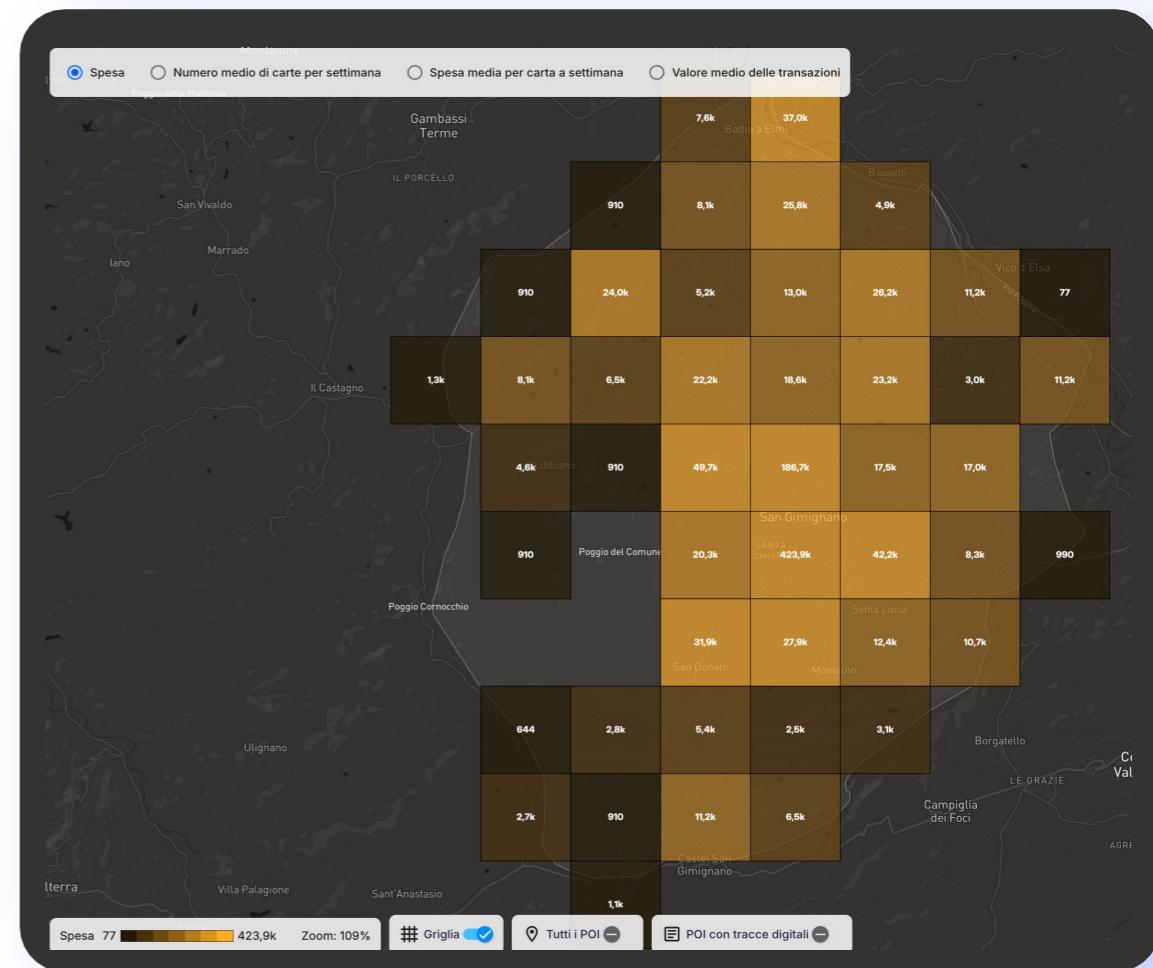
I dati sulla spesa sono forniti in partnership con VISA. La stima riportata dal Comune di San Gimignano proviene dai dati aggregati rielaborati da The Data Appeal Company, a partire dai dati di spesa forniti da Visa Government Insights Hub per il periodo di **Novembre 2025** e incorpora dati provenienti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

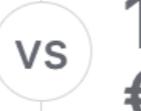


Disclaimer: I dati visualizzati in questo modulo possono essere condivisi pubblicamente o esternamente previa autorizzazione di Data Appeal per sole finalità di consultazione.

Numero e importi delle transazioni

● Confronto novembre 2025 vs novembre 2024

Volume complessivo di spesa

1,7M  **1,7M**

▼ -0,5%

Numero medio di carte per settimana

4,1k  **4,1k**

▼ -0,5%

Spesa media per carta a settimana

80,8  **80,8**

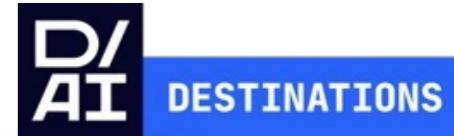
= 0,0%

Valore medio delle transazioni

50,2 €  **50,2 €**

= 0,0%

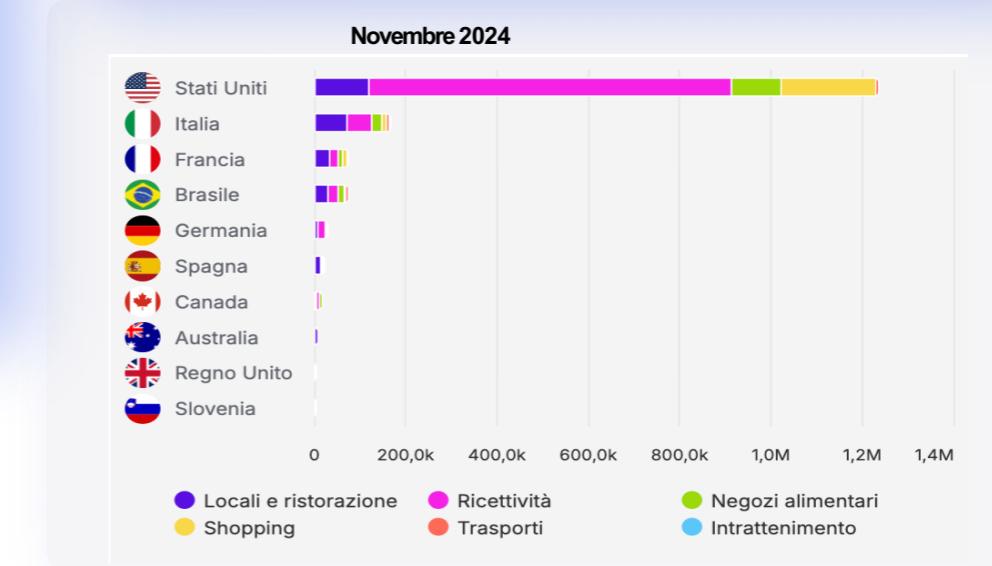
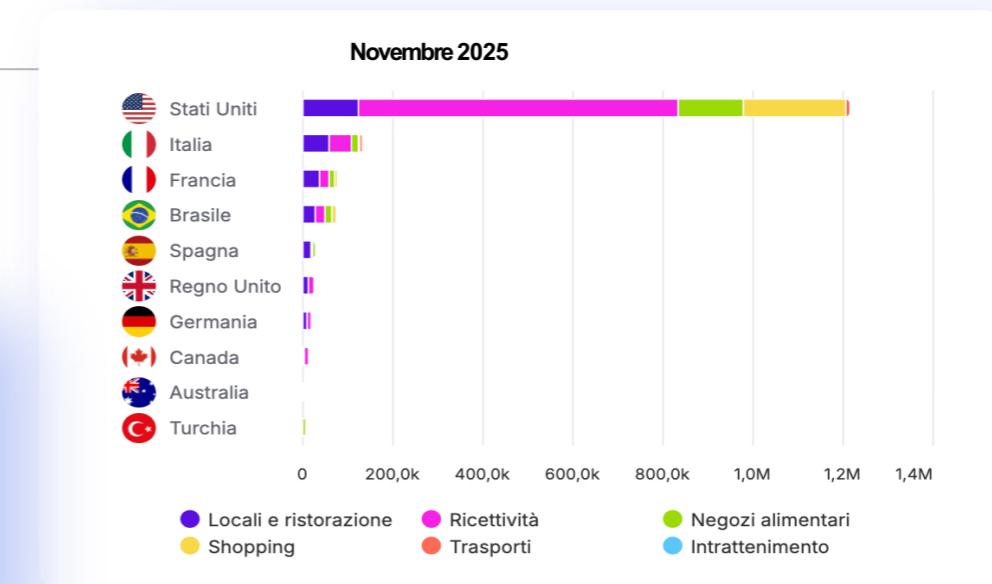
Distribuzione della spesa per paese di provenienza



● Confronto novembre 2025 vs novembre 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 € 1,3M €	▲ 2,0k 2,0k	▼ 120,4 € 123,8 €	▼ 74,8 € 76,5 €
Italia	▼ 138,5k € 169,4k €	▼ 495 602	= 55,9 € 55,9 €	▼ 34,4 € 35,3 €
Francia	▲ 83,7k € 76,5k €	▼ 326 337	▲ 50,7 € 44,7 €	▲ 31,8 € 28,4 €
Brasile	▲ 79,5k € 75,2k €	▼ 534 566	▲ 29,2 € 25,8 €	▲ 18,1 € 15,5 €
Spagna	▲ 31,1k € 23,8k €	▲ 193 182	▲ 31,8 € 25,8 €	▲ 20,6 € 17,2 €

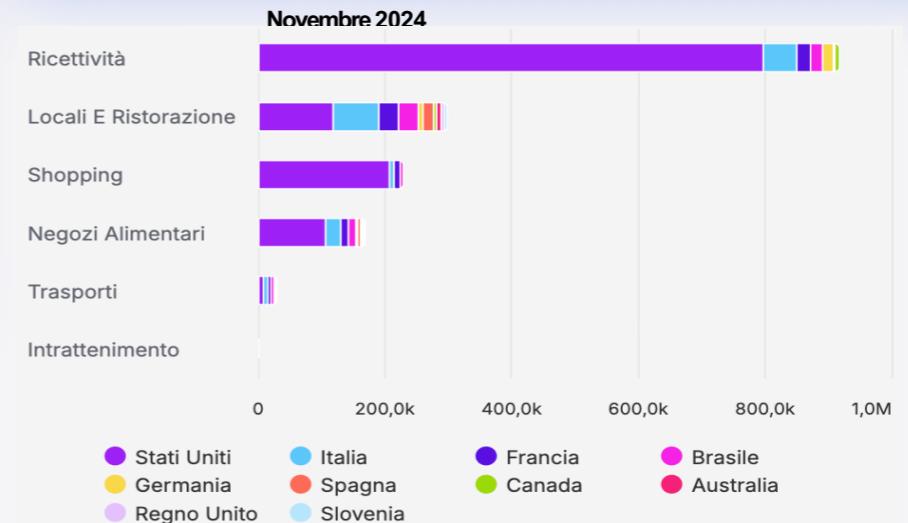
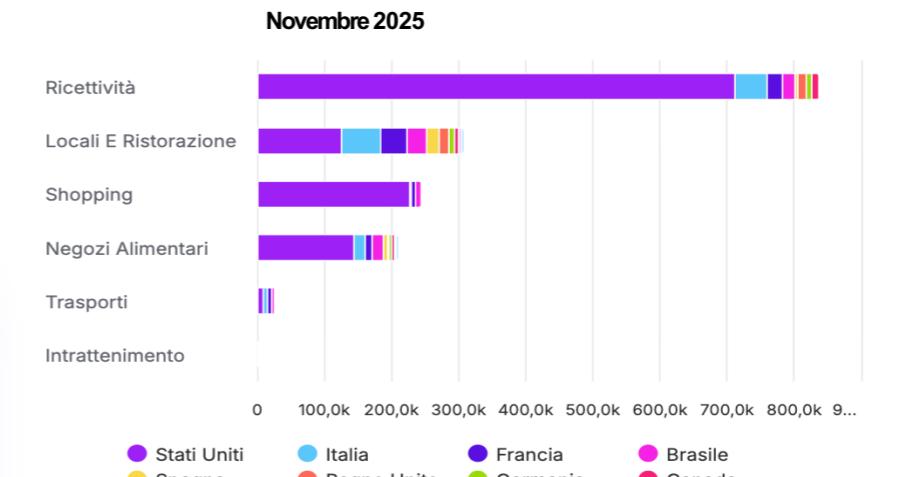


Distribuzione della spesa per settore

● Confronto novembre 2025 vs novembre 2024

Dettaglio per industria

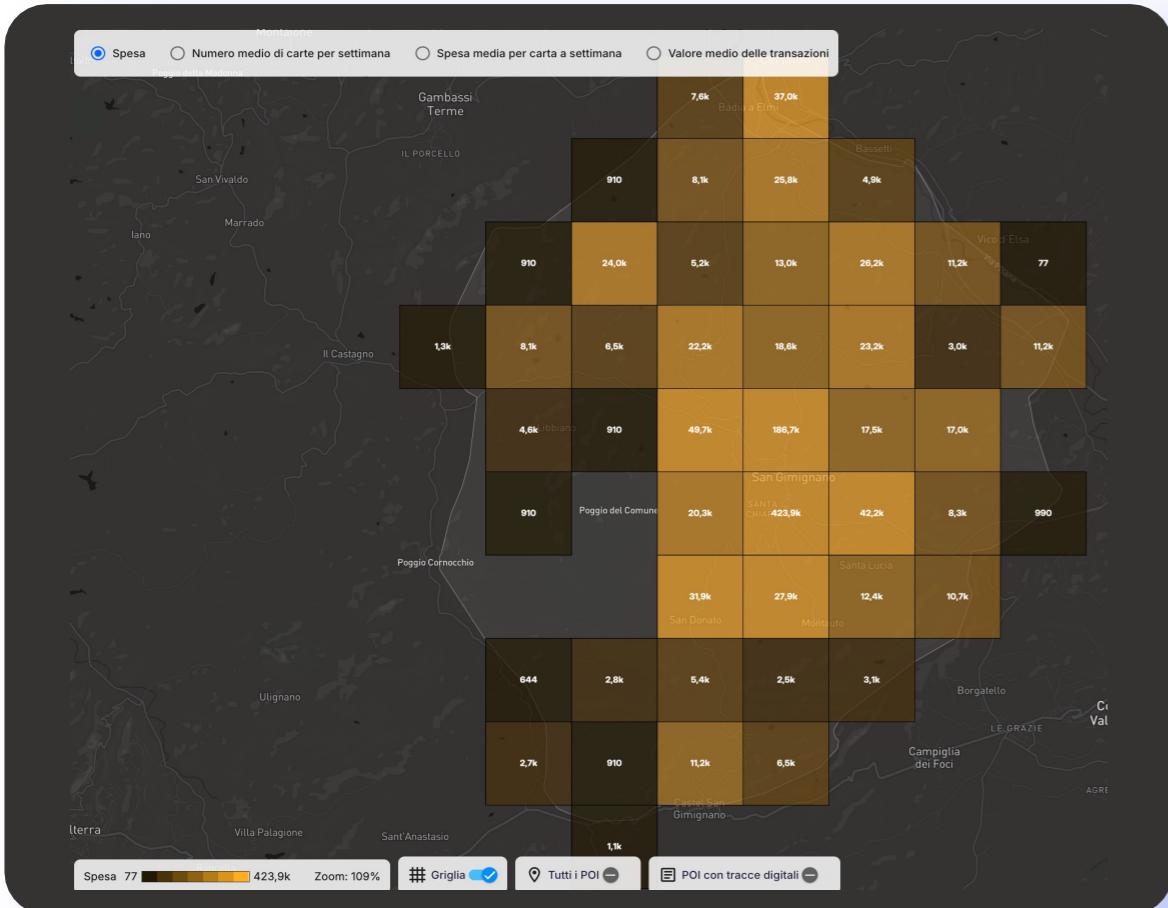
	Spesa ↓	Numero medio di carte per settimana	Spesa media per carta a settimana	Valore medio delle transazioni
Ricettività	847,7k € 927,5k €	521 519	325,1€ 356,9€	200,4 € 215,0 €
Locali e ristorazione	319,6k € 311,0k €	1,1k 1,3k	55,9 € 48,2 €	33,5 € 29,2 €
Shopping	249,2k € 234,3k €	684 748	72,2 € 61,9 €	44,7 € 37,0 €
Negozi alimentari	220,1k € 176,7k €	1,0k 805	43,9 € 43,9 €	26,7 € 26,7 €
Trasporti	36,4k € 32,8k €	698 722	10,3 € 8,6 €	6,0 € 5,2 €



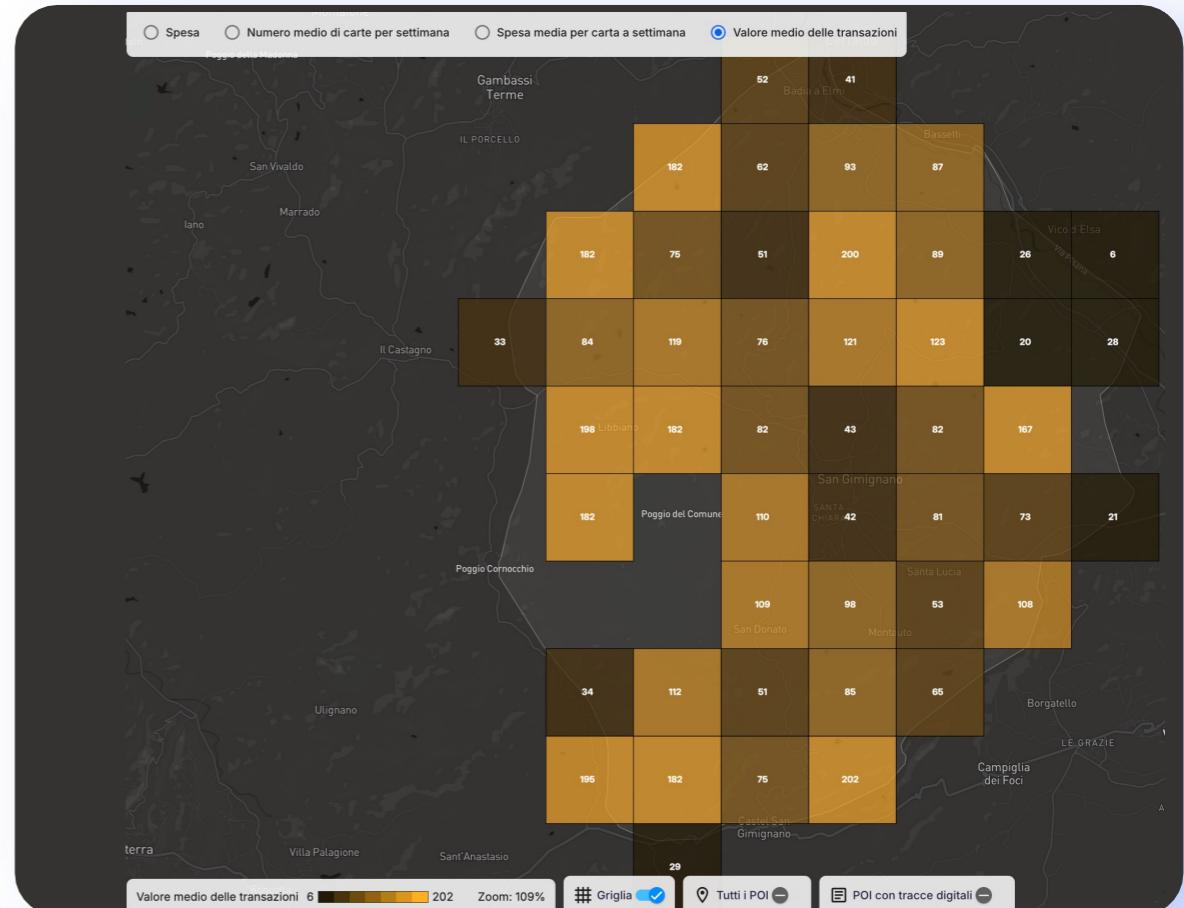
Distribuzione della spesa per settore

● Confronto novembre 2025 vs novembre 2024

Volume complessivo di spesa



Valore medio delle transazioni

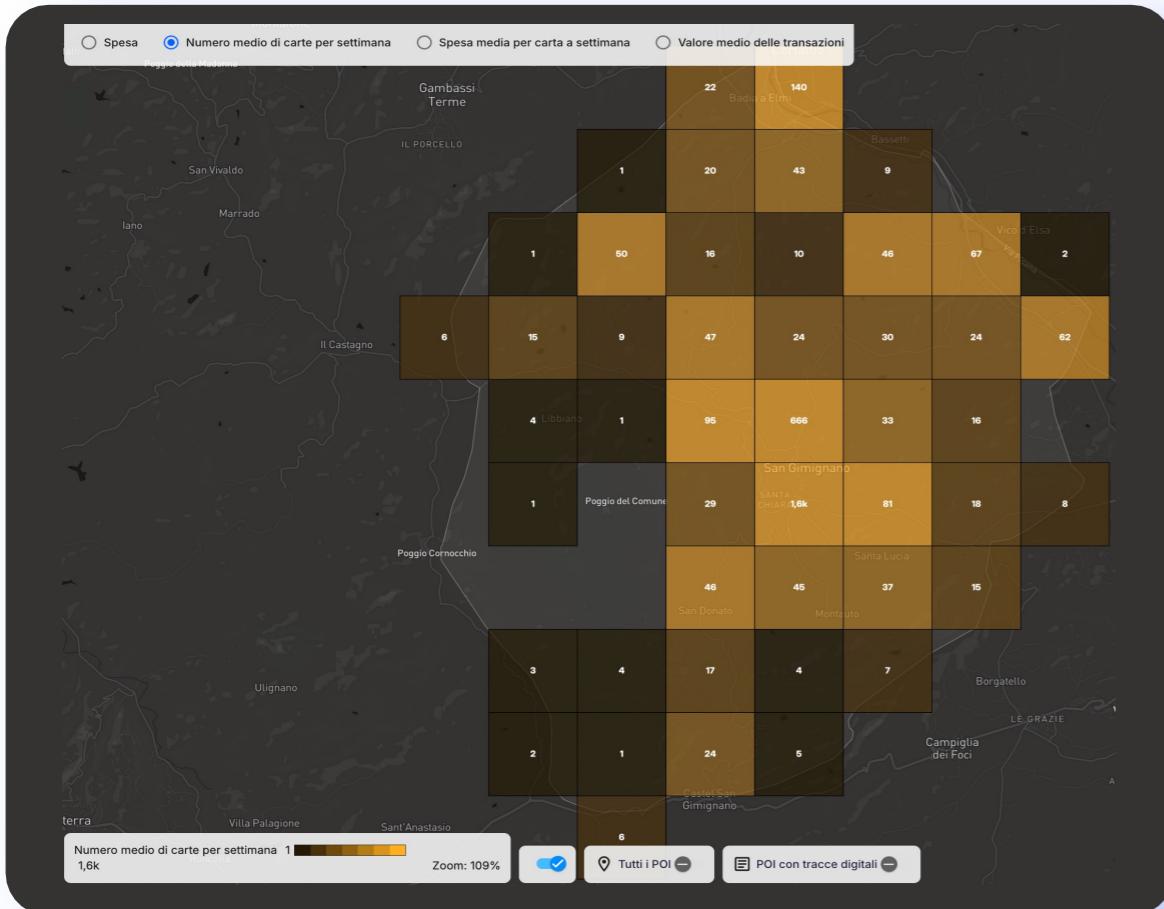


Distribuzione della spesa per settore

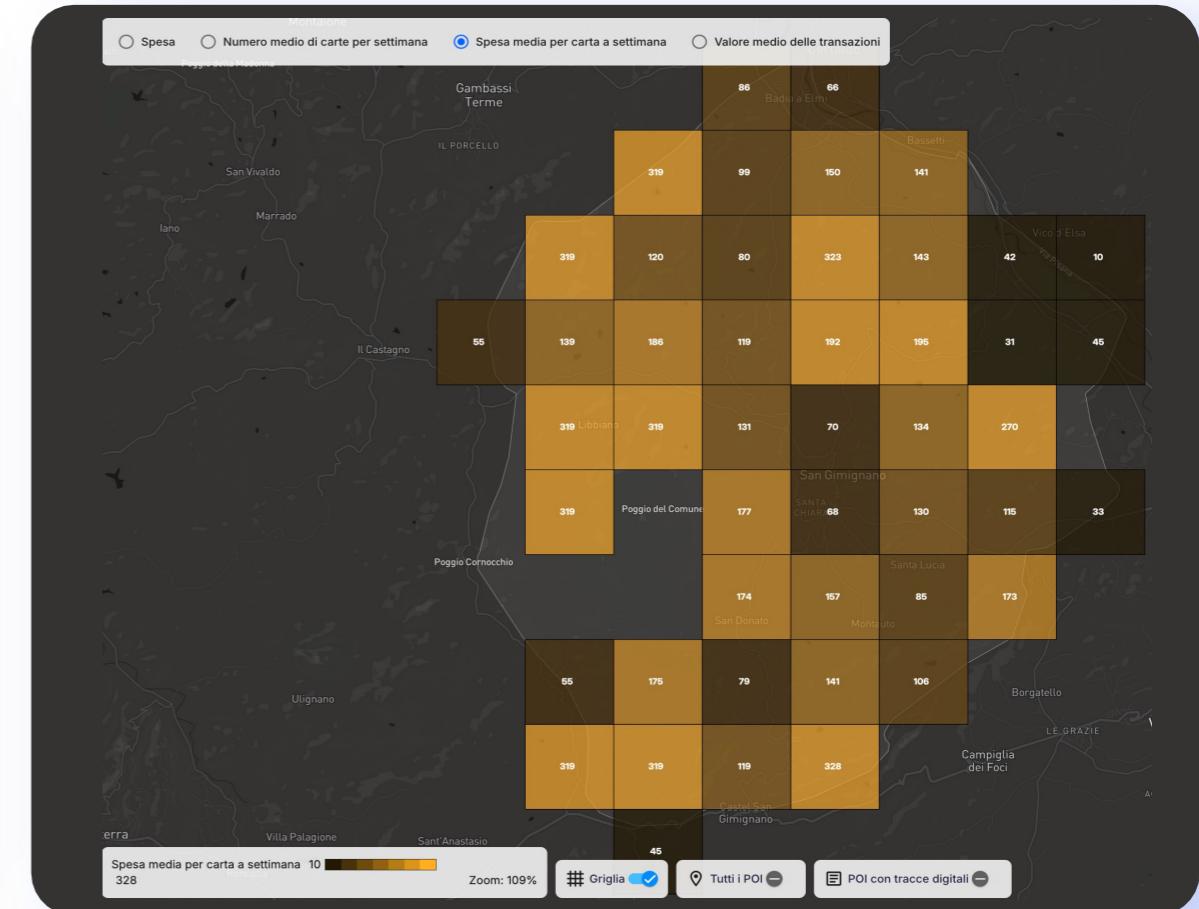


● Confronto novembre 2025 vs novembre 2024

Numero medio di carte per settimana



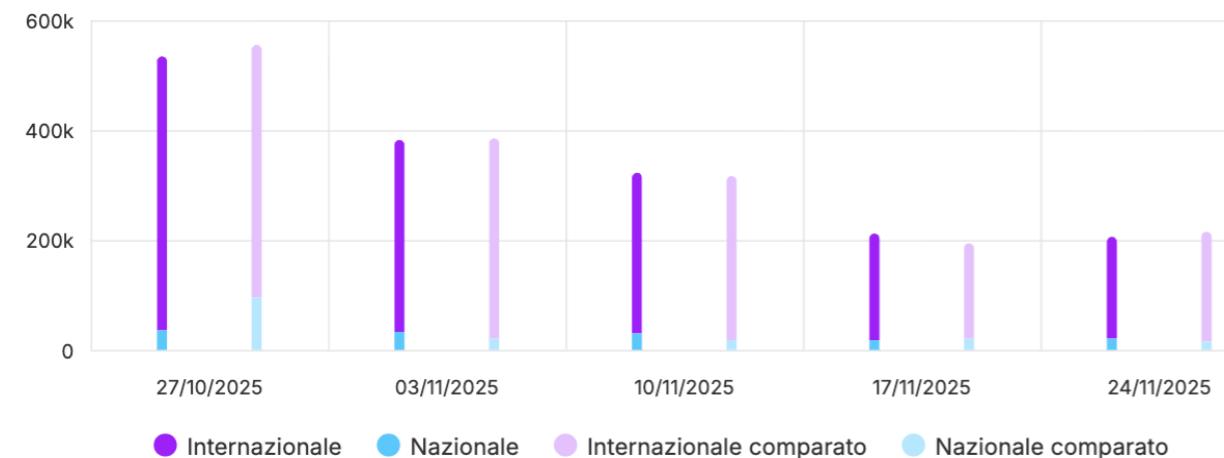
Spesa media per carta a settimana



Distribuzione della spesa per origine e profilo

● Confronto novembre 2025 vs novembre 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.