OTRF
OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

VENETO DIGITALE

Elaborazioni dell'Osservatorio del Turismo Regionale Federato su dati THE DATA APPEAL COMPANY

Periodo di riferimento ottobre 2020

Pubblicato Dicembre 2020

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE
VENETO

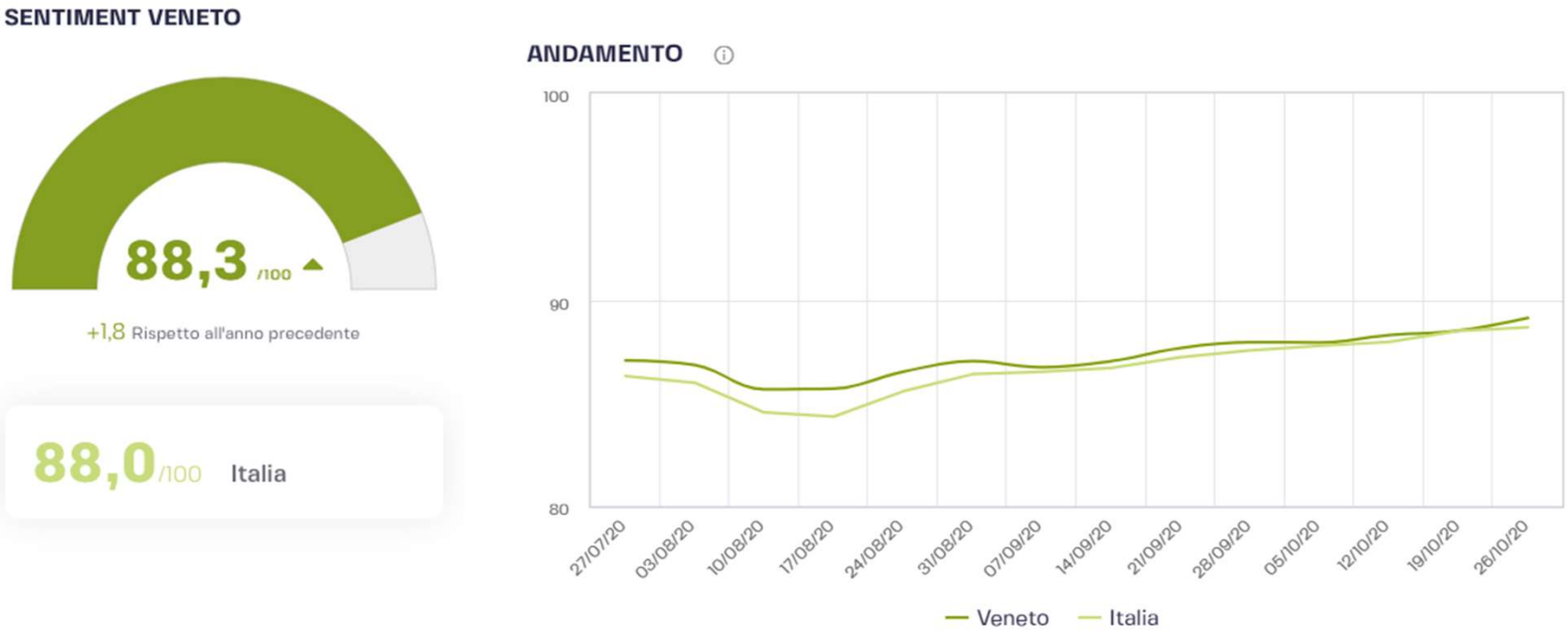
OTRF
OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

VENETO

1. Sentiment Veneto vs Italia
2. Presenza digitale
3. Presenza digitale - andamento
4. Sentiment per tipologia di offerta
5. Argomenti discussione
6. Mercati
7. Mercati per tipologia di offerta
8. Tipologia di viaggiatore
9. Andamento dei prezzi di vendita
10. Andamento dei prezzi di vendita per tipologia ricettiva

1. SENTIMENT VENETO vs ITALIA

Ad ottobre i commenti nei confronti dell'offerta veneta sono positivi ed il sentiment in crescita rispetto ad un anno fa



Dato riferito ad ottobre 2020

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE
VENETO

2. PRESENZA DIGITALE DEL VENETO

... nonostante i contenuti vadano a diminuire

214,1k Contenuti

-24,0% Rispetto all'anno precedente

8,0 Contenuti per POI

-2,2 Rispetto all'anno precedente

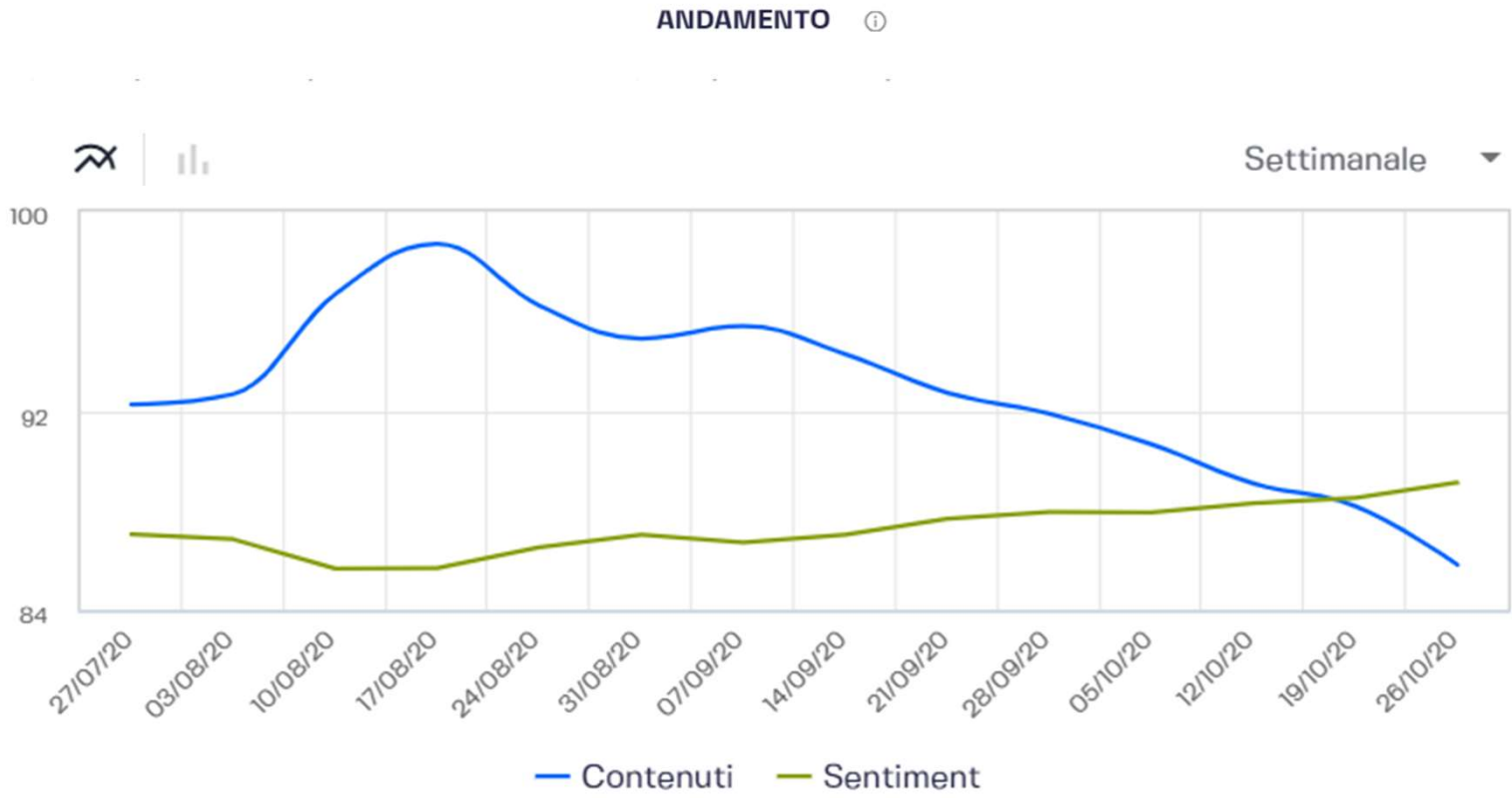
Dato riferito ad ottobre 2020

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE VENETO

3. PRESENZA DIGITALE DEL VENETO
ANDAMENTO SETTIMANALE DA AGOSTO AD OTTOBRE

OTRF
OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO



Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE
VENETO

4. SENTIMENT PER TIPOLOGIA DI OFFERTA

La media mensile del sentiment è positiva per i tre comparti, con un ottimo livello di giudizi per gli attrattori

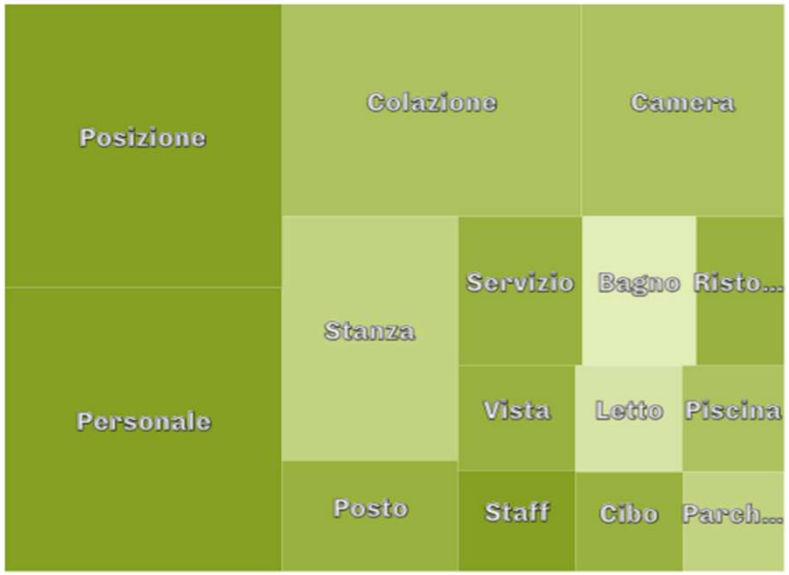
Dato riferito ad ottobre 2020

www.veneto.eu

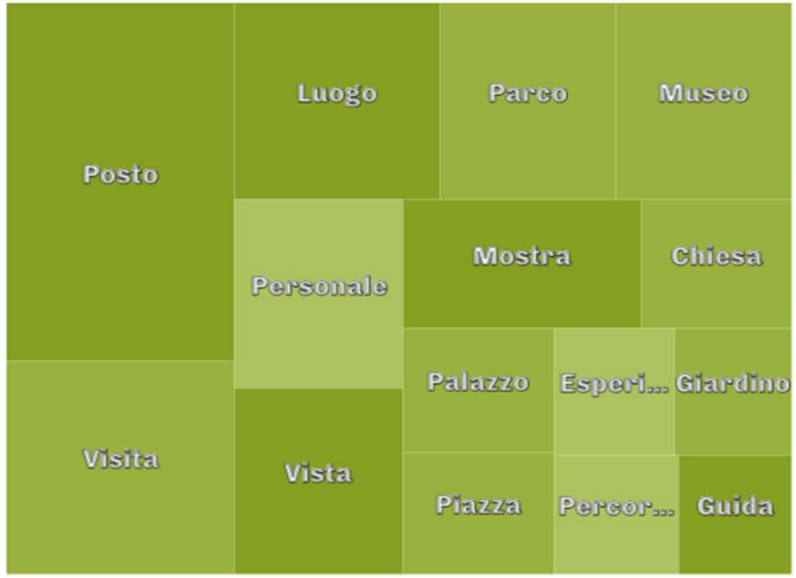
5. ARGOMENTI DI DISCUSSIONE

Gli aspetti emozionali (panorama, location) e il capitale umano (servizio fornito dalle guide, staff dell'hotel) si distinguono per giudizi positivi

RICETTIVITA'



ATTRAZIONI



Dato riferito ad ottobre 2020

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE
VENETO

OTRF
OSSERVATORIO DEL TURISMO REGIONALE FEDERATO

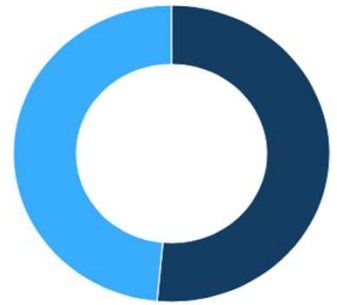
6. MERCATI

il mercato nazionale ed i mercati di lingua tedesca generano l'84% delle discussioni

Sentiment

87,9 /100

48,5% del totale



Sentiment

87,3 /100

51,5% del totale

Visitatori domestici Internazionali

	% sul totale	Sentiment
Italia	51,5%	87,3/100
Germania	20,8%	87,9/100
Svizzera	6,2%	87,8/100
Austria	5,6%	89,3/100
Regno U...	3,1%	88,2/100
Francia	3,0%	87,4/100
Paesi Ba...	2,1%	86,3/100
Polonia	1,1%	85,8/100
Spagna	0,9%	87,2/100
Belgio	0,8%	86,8/100

Dato riferito ad ottobre 2020

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE VENETO

7. MERCATI PER TIPOLOGIA DI OFFERTA

Visitatori italiani e veneti sperimentano l'offerta regionale attraverso il soggiorno, la frequentazione dei locali e le numerose attrazioni disponibili

RICETTIVITA'

	% sul totale	Sentiment
Italia	45,4%	88,4/100
Germania	24,5%	88,1/100
Svizzera	7,1%	87,9/100

ATTRAZIONI

	% sul totale	Sentiment
Italia	63,3%	87,4/100
Germania	8,7%	86,8/100
Francia	7,9%	89,9/100

LOCALI E RISTORANTI

	% sul totale	Sentiment
Italia	71,1%	84,7/100
Germania	10,0%	86,8/100
Regno U...	3,8%	88,4/100

Dato riferito ad ottobre 2020

8. TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

La maggioranza dei commenti appartengono alle tipologie:

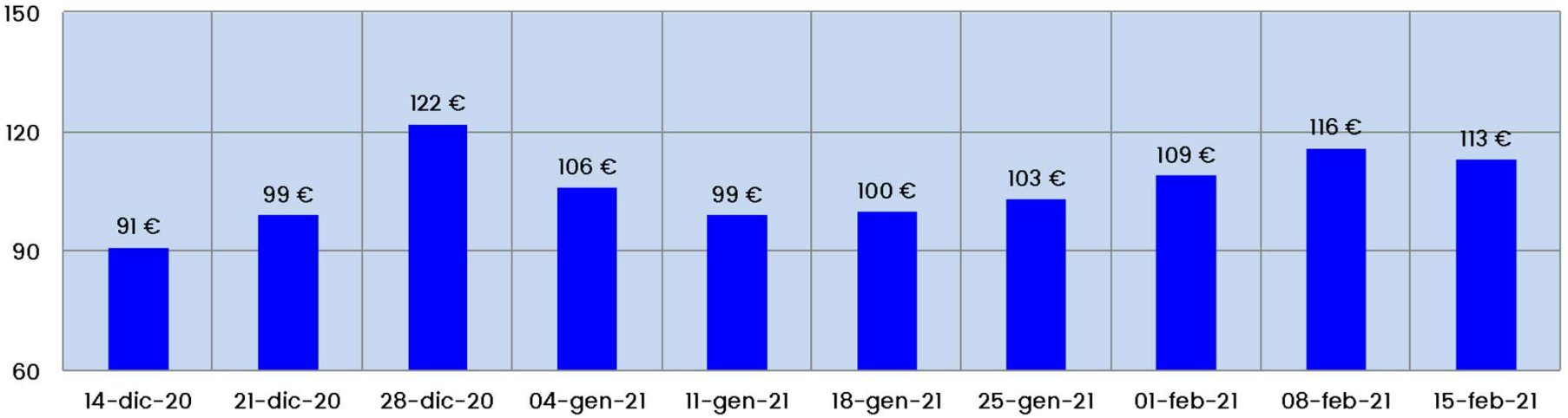
	% sul totale ↓	Sentiment
Coppie	58,5% ▲	88,7/100 ▲
Famiglie	19,0% ▼	88,3/100 ▲
Amici/Gruppo	11,4% ▼	88,4/100 ▲
Singolo	10,1% ▲	88,0/100 ▲
Viaggio di lav...	1,1% ▼	88,8/100 ▲

Dato riferito ad ottobre 2020

9. ANDAMENTO DEI PREZZI DI VENDITA DA DICEMBRE A FEBBRAIO

OTRF
OSSERVATORIO DEL TURISMO REGIONALE FEDERATO

Solamente il Capodanno potrebbe risollevare, seppur parzialmente, le sorti di un anno estremamente complicato



10. ANDAMENTO DEI PREZZI DI VENDITA PER TIPOLOGIA RICETTIVA

Offerte disponibili	nº Strutture	Sentiment	Prezzo MIN	Prezzo MEDIO	Prezzo MAX
Hotel	2900	88,0/100 ▲	74€ ▼	116€ ▼	235€ ▼
B & B	1323	90,9/100 ▲	59€ ▼	79€ ▼	122€ ▼
Agriturismo	697	90,5/100 ▲	68€ ▼	84€ ▼	114€ ▼
Campeggi	138	87,8/100 ▲	34€ ▲	53€ ▲	69€ ▲
Ostello	43	86,9/100 ▲	47€ ▼	69€ ▼	117€ ▼
Resort	24	87,4/100 ▲	98€ ▼	179€ ▼	278€ ▼
Residence	55	88,3/100 ▲	66€ ▲	89€ ▼	121€ ▼
Altri alloggi	43	90,9/100 ▲	71€	98€ ▲	167€ ▲
Villaggio	66	92,0/100 ▲	60€ ▼	75€ ▼	87€ ▼
Residenza d'e...	1	97,1/100 ▲	209€	240€	270€

Dato riferito ad ottobre 2020

OTRF
OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

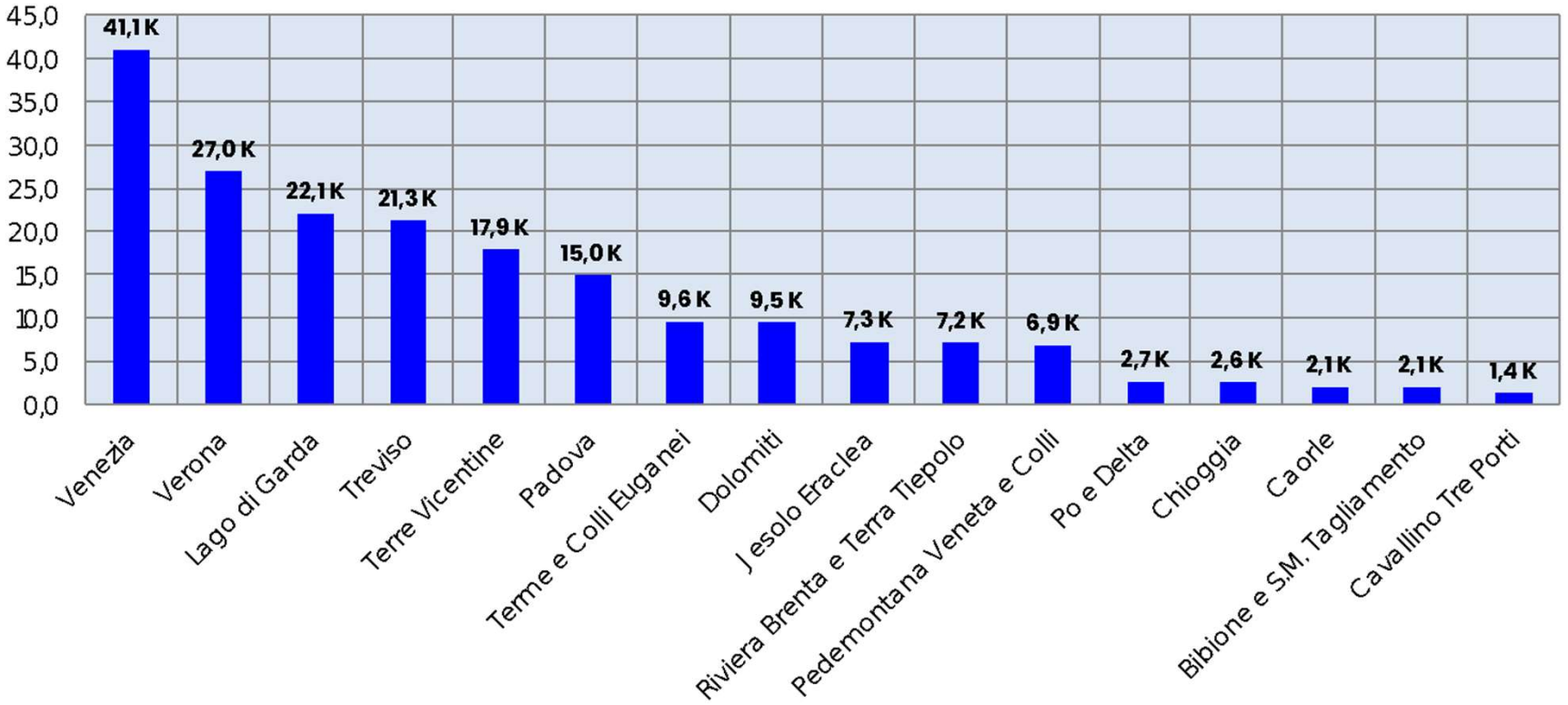
DESTINAZIONI

1. Contenuti
2. Sentiment per destinazione
3. Mercati
4. Prezzi

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE
VENETO

1. CONTENUTI



Dato riferito ad ottobre 2020

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE
VENETO

2. SENTIMENT

Aree in crescita

	Variazione sentiment rispetto a ottobre 2019	Sentiment
Venezia	3,4	88,1/100
Po e Delta	2,5	88,9/100
Chioggia	1,8	87,8/100
Terme e Colli Euganei	1,5	88,1/100
Riviera Brenta e Terra Tiepolo	1,4	88,4/100
Lago di Garda	1,4	88,8/100
Treviso	1,2	88,4/100
Dolomiti	1,2	88,9/100
Pedemontana Veneta e Colli	1,1	88,3/100
Verona	1,1	88,8/100
Terre Vicentine	1,0	88,1/100
Cavallino Tre Porti	1,0	89,8/100
Padova	0,9	87,1/100
Jesolo Eraclea	0,3	87,4/100

Aree in calo

	Variazione sentiment rispetto a ottobre 2019	Sentiment
Bibione e S.M. Tagliamento	- 0,7	87,2/100
Caorle	- 0,3	87,8/100

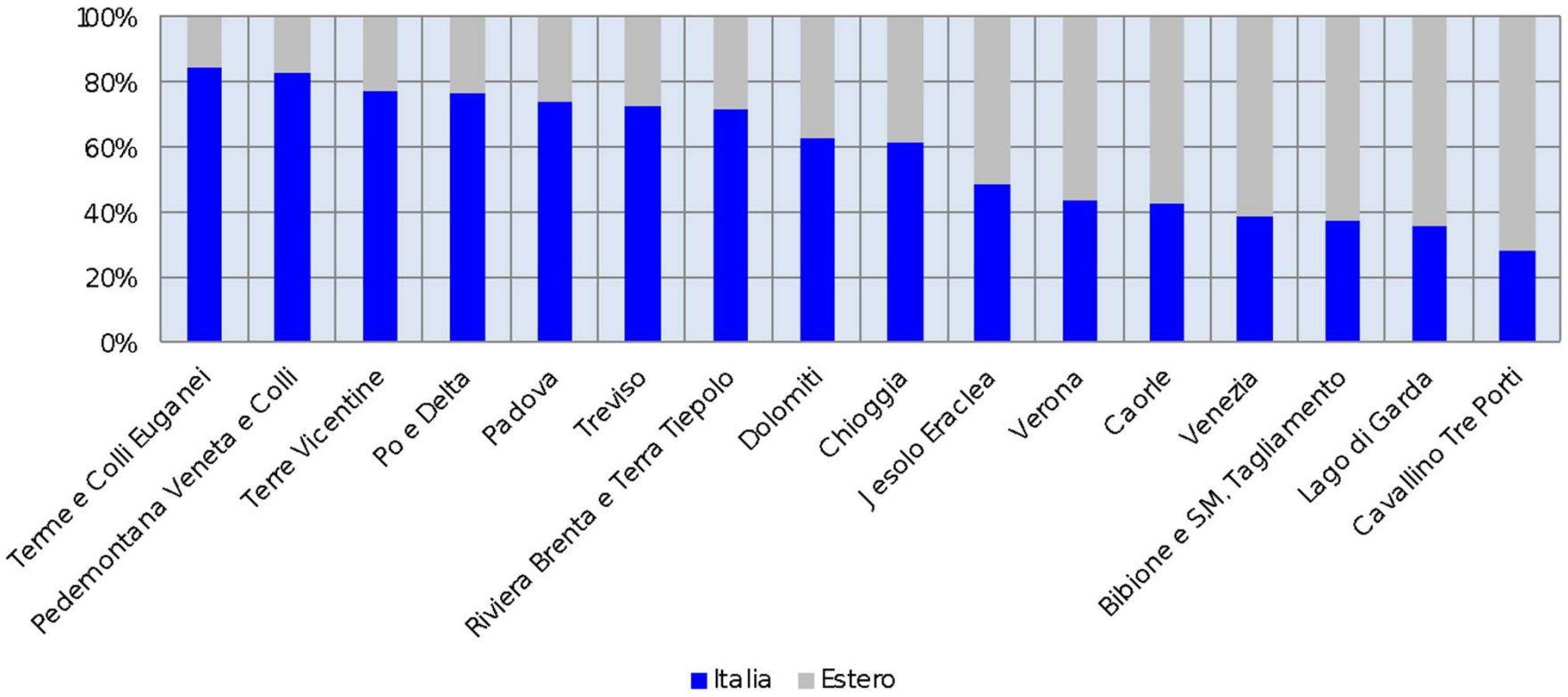
Dato riferito ad ottobre 2020

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

OTRF
OSSERVATORIO DEL TURISMO REGIONALE FEDERATO

UNIONCAMERE VENETO

3. MERCATI



Dato riferito ad ottobre 2020

www.veneto.eu

4. TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

	Coppie	Famiglie	Amici/ Gruppo	Single	Lavoro
Bibione e S.M. Tagliamento	51,3	32,3	10,7	4,8	0,9
Caorle	55,1	29,2	9,4	6,2	0,2
Cavallino Tre Porti	49,8	36,8	5,8	7,6	0,0
Chioggia	60,0	21,1	8,6	10,1	0,2
Dolomiti	58,5	13,4	15,4	11,9	0,8
Jesolo Eraclea	52,9	26,2	12,4	7,9	0,6
Lago di Garda	60,6	21,2	11,6	6,1	0,4
Padova	49,7	17,4	12,2	16,7	4,1
Pedemontana Veneta e Colli	42,3	15,3	13,9	18,3	10,2
Po e Delta	51,3	32,3	10,7	4,8	0,9
Riviera Brenta e Terra Tiepolo	52,7	17,5	12,7	14,0	3,1
Terme e Colli Euganei	59,9	16,8	12,6	9,9	0,7
Terre Vicentine	50,7	15,9	13,8	15,4	4,3
Treviso	56,5	13,6	13,7	12,8	3,4
Venezia	60,9	18,2	9,5	10,7	0,6
Verona	60,9	15,2	11,8	11,2	0,8

OTRF
OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

NOTA METODOLOGICA

Il presente report è il frutto di una elaborazione dell'OTRF su un'analisi di **615mila** contenuti pubblicati online su oltre **33mila** punti d'interesse in Veneto nei comparti ricettività, locali e ristorazione, attrazioni e affitti brevi, condotta da The Data Appeal Company. Il periodo di confronto va dal 1 ottobre 2020 - al 30 ottobre 2020, ove non espressamente indicato. Nell'ambito dell'analisi viene monitorata 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. I risultati principali dell'analisi riguardano, oltre la numerosità delle conversazioni, il sentiment, 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. Quanto all'aspetto economico vengono analizzate le offerte disponibili, il tasso di occupazione e il prezzo medio delle offerte.

GLOSSARIO

Aree e **Destinazioni.** Corrispondono ai territori rappresentati dalle Organizzazioni di gestione delle destinazioni (OGD)
Componenti dell'offerta. La composizione dell'offerta a disposizione degli visitatori presente nei canali on line suddivisa tra "locali e ristoranti", "ricettività" e "attrazioni" (musei, parchi a tema, monumenti, ecc.)
Mercati. Composizione dei visitatori che hanno postato contenuti on-line, suddivisi tra italiani e stranieri, in base al paese di provenienza
Occupazione. Offerte vendute o non più disponibili sui portali delle OTA rispetto al totale (disponibili + vendute)
Presenza digitale. E' data dalla somma dei contenuti della digital human experience (recensioni, giudizi, commenti, punteggi, ...)
Prezzi. Andamento del prezzo delle camere doppie nelle strutture alberghiere
Sentiment. Misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.
Tipologie di viaggio. Tipologie di visitatori presenti in base alla composizione del gruppo di viaggiatori

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

UNIONCAMERE
VENETO