

ABRUZZO

REPORT SULLA PERCEZIONE DELL'OSPITALITÀ NEL
COMPLESSO DELL'OFFERTA RICETTIVA
DEL TERRITORIO REGIONALE



1° Ottobre 2015 - 1° Ottobre 2016



TRAVEL APPEAL
Destinations

Firenze, 20 Ottobre 2016



GUIDA AI CONTENUTI



PRESENTAZIONE | I dati della destinazione Abruzzo



EXECUTIVE SUMMARY



RICETTIVITÀ



I dati analizzati



Soddisfazione generale degli ospiti



Benchmark | Le regioni italiane più amate



I principali canali di recensione



Distribuzione dei contenuti e dei giudizi per Sentiment



Sentiment | Dettaglio. La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi



Soddisfazione generale degli ospiti per tipologia di alloggio



GUIDA AI CONTENUTI

- Classifica dei temi più incidenti nella soddisfazione degli ospiti
- Soddisfazione generale degli ospiti stranieri per Paese di provenienza.
I principali mercati
- Recensioni con risposta



Presentazione

I DATI DELLA DESTINAZIONE ABRUZZO: CONTENUTI DEL REPORT E METODOLOGIA DI ELABORAZIONE

Il presente report è sviluppato sull'elaborazione della soddisfazione dei viaggiatori attraverso l'analisi semantica di tutti i contenuti rilevati nei canali di recensioni, sulle OTA e sui social network che riguardano le strutture ricettive del territorio abruzzese.

A fronte di 1.681 strutture considerate sul territorio, di cui 444 Hotel e 1.237 strutture extralberghiere, si rilevano 1.077 strutture con flusso turistico incidente, ovvero più rappresentative dell'immagine digitale della destinazione per la quantità di contenuti online presenti in ciascuna di esse nell'arco temporale di 1 anno (1° Ottobre 2015 - 1° Ottobre 2016),

I contenuti analizzati ammontano a 73.575 nei quali sono state rilevate 351.718 opinioni classificate come positive o negative. La provenienza dei contenuti è legata ai principali siti di recensione, di informazione e di acquisto utilizzati dai viaggiatori come Tripadvisor, Booking.com, HolidayChek, Expedia, Venere, Zoover, Yelp, Foursquare, Facebook, Google.

EXECUTIVE SUMMARY

La soddisfazione generale delle persone che hanno soggiornato nelle strutture ricettive del territorio abruzzese nell'ultimo anno, si attesta al 1° Ottobre 2016 con l'84,2% di Sentiment positivo, con picchi che superano l'88% e livelli che non scendono mai al di sotto dell'82%. Confrontando il comparto alberghiero con quello extralberghiero, il secondo raccoglie un livello di soddisfazione degli ospiti migliore rispetto al primo: 87% circa contro l'83% di Sentiment positivo registrato per gli hotel. La Regione Abruzzo, dunque, si posiziona sesta tra le regioni italiane più amate.

Dall'osservazione dell'andamento dei contenuti che gli utenti pubblicano online per recensire le strutture, si nota una concentrazione massiccia compresa tra la fine di luglio e agosto 2016 ad indicare la breve stagionalità della destinazione, oltre a sporadici picchi in concomitanza di festività durante i mesi di dicembre e gennaio, marzo (nel periodo di Pasqua 2016) e aprile. Da maggio ad agosto, la tendenza registrata nel numero di contenuti è in crescita: periodo entro il quale aumentano i turisti sul territorio.

In linea generale, la maggior parte dei contenuti, tra tutti i canali analizzati, arriva da Booking.com e i principali mercati di provenienza rilevati in base al numero di recensioni sono: la Germania, il Regno Unito, la Francia, la Svizzera, il Belgio e gli USA. Al confronto, i turisti americani e quelli inglesi sembrano i più soddisfatti con un Sentiment positivo dell'86%.

La percezione della pulizia con riferimento principalmente alle camere; dell'accoglienza con riferimento alla gentilezza e alla disponibilità del personale e dei proprietari delle strutture; della posizione e della ristorazione con riferimenti principali all'abbondanza delle colazioni e dei piatti serviti, registrano i migliori livelli di sentiment positivo, sempre compreso tra l'82 e il 92%.

Nella valutazione dei servizi spiccano le opinioni sulle attività ludiche come l'animazione e le piscine, entrambe



EXECUTIVE SUMMARY

particolarmente apprezzate. Di minore intensità risultano invece servizi in camera come il riscaldamento/condizionamento talvolta considerato “eccessivo “ e “rumoroso”; le TV e infine Spa, navette di cui ne viene apprezzata la disponibilità e la comodità; parcheggi e garage.

Criticità si registrano invece sulla percezione dei costi generali delle strutture, generate talvolta dai cosiddetti “supplementi” che creano sempre malcontenti negli ospiti, e in molti casi con riferimento ad alcuni servizi come il parcheggio o le dotazioni in spiaggia. La connessione ad internet nelle strutture registra insoddisfazioni marcate per funzionamento, velocità e talvolta assenza del servizio.

Il tasso di risposta alle recensioni è abbastanza contenuto: gli operatori rispondono al 23% delle recensioni di Tripadvisor, impiegando in media 14 giorni per rispondere, e al 5% di Booking.com.

I DATI ANALIZZATI



1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

1 anno

73.575

Contenuti Analizzati

nel complesso delle strutture ricettive abruzzesi.

351.718

Opinioni Rilevate

nei contenuti analizzati.



1.077

Strutture ricettive

con flusso turistico
incidente su 1.681
considerate nel territorio.

Di cui, **365 Hotel** con flusso
turistico incidente su 444
presenti nel territorio.

**712 strutture
Extralberghiere** con flusso
turistico incidente su 1.237
presenti nel territorio.

Canali monitorati



Booking.com

HolidayCheck.com
★★★★★



venere.com

zoover
holiday reviews



FOURSQUARE

facebook

Google

SODDISFAZIONE GENERALE DEGLI OSPITI

Sentiment complessivo attuale valutato su tutti i canali della ricettività.

1° OTT 2015 - 1° OTT 2016



84,2%

**Sentiment
Positivo**

al 1° Ottobre 2016

73.575

Contenuti analizzati

351.718

Opinioni rilevate

1.077

Strutture considerate

BENCHMARK | LE REGIONI ITALIANE PIÙ AMATE

Classifica delle Regioni per Soddisfazione generale degli ospiti (Sentiment positivo).

 1° OTT 2015 - 1° OTT 2016



BASILICATA

86,8%

Sentiment Positivo

al 1° Ottobre 2016

51.950 Recensioni analizzate



VALLE D'AOSTA

86,1%

Sentiment Positivo

al 1° Ottobre 2016

58.165 Recensioni analizzate



TRENTINO

85,9%

Sentiment Positivo

al 1° Ottobre 2016

382.415 Recensioni analizzate



UMBRIA

85,7%

Sentiment Positivo

al 1° Ottobre 2016

123.625 Recensioni analizzate



MARCHE

84,3%

Sentiment Positivo

al 1° Ottobre 2016

107.233 Recensioni analizzate



ABRUZZO

84,2%

Sentiment Positivo

al 1° Ottobre 2016

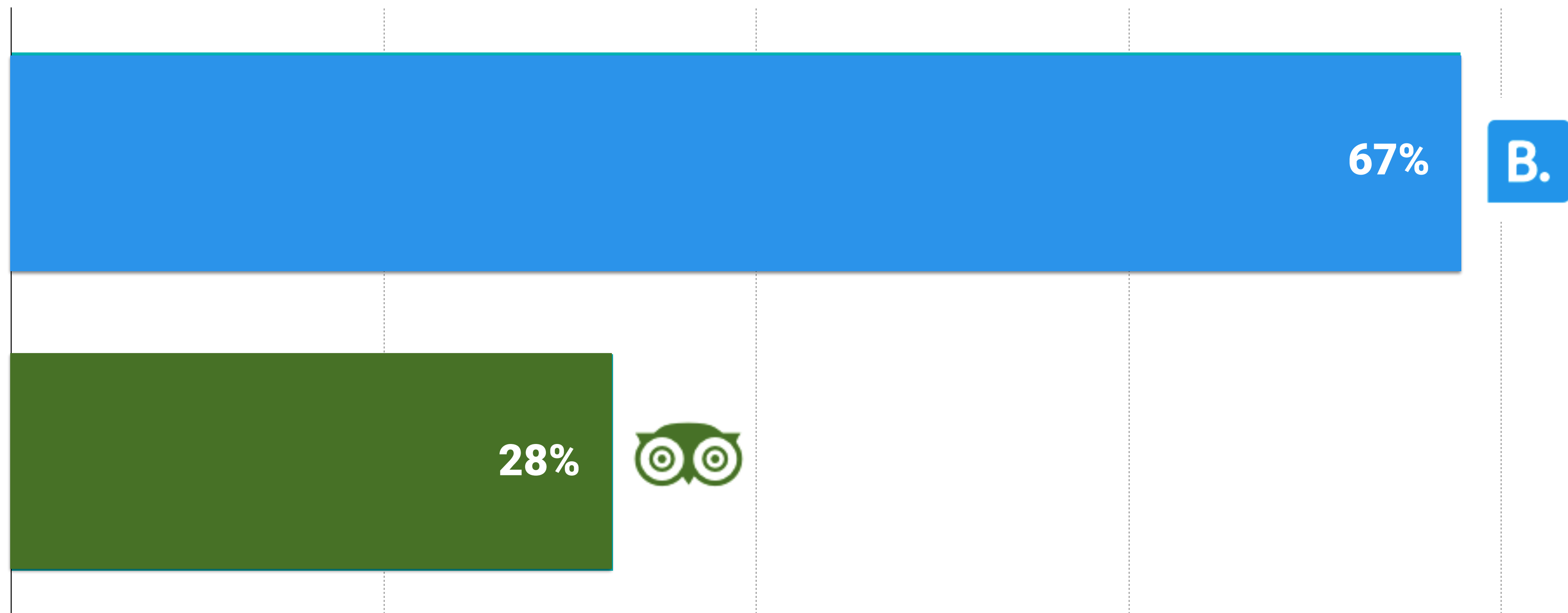
73.575 Recensioni analizzate

La Regione Abruzzo è sesta tra le regioni italiane per soddisfazione degli ospiti.

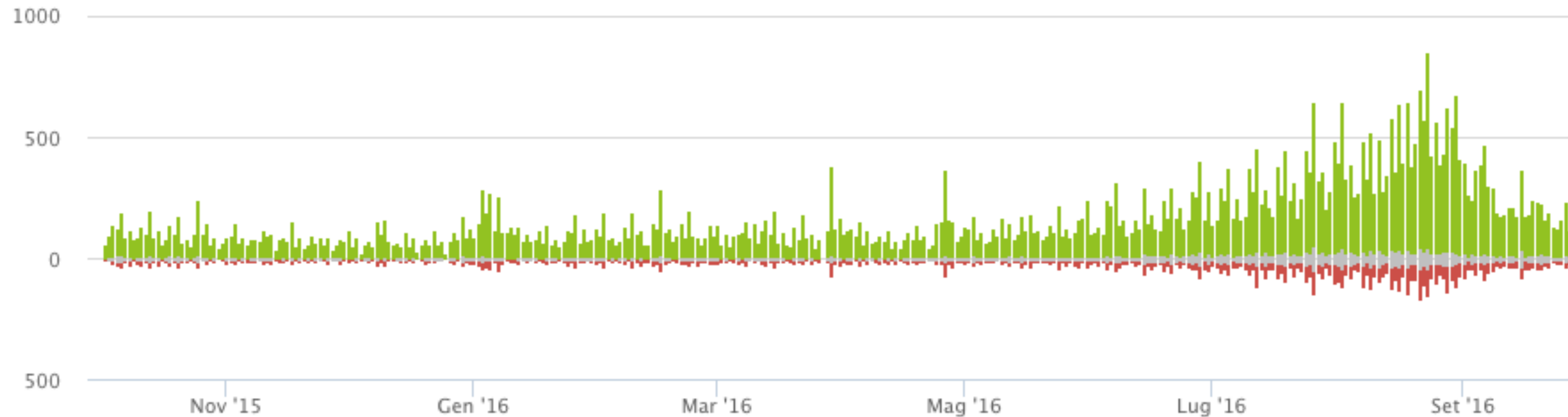
I PRINCIPALI CANALI DI RECENSIONE

Come sono distribuite le recensioni per canale di provenienza.

1° OTT 2015 - 1° OTT 2016



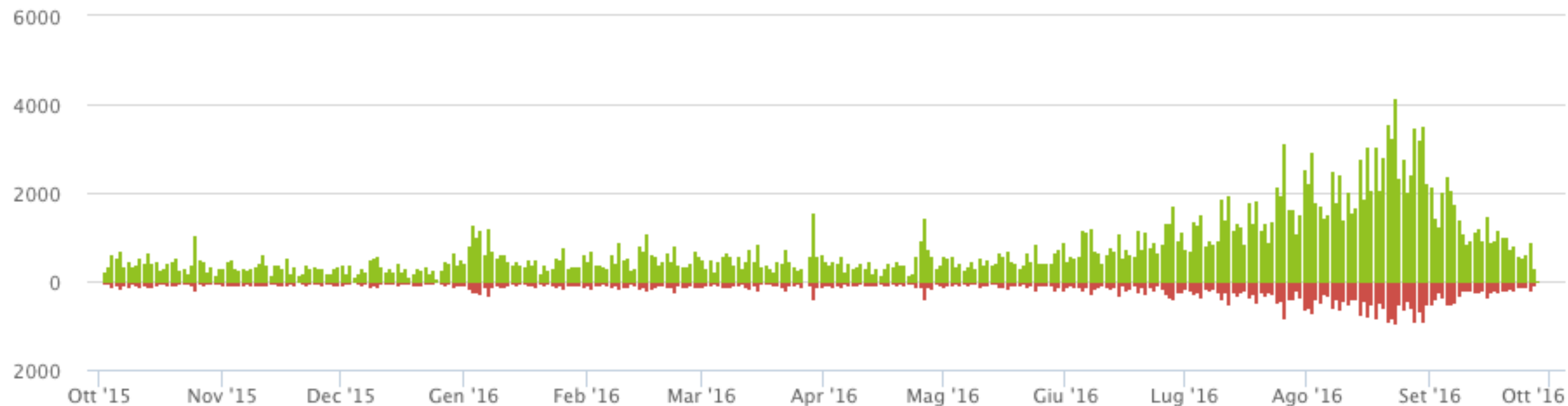
Distribuzione dei contenuti per sentiment



1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

- Contenuti con sentiment Positivo
- Contenuti con sentiment Negativo
- Contenuti con sentiment Neutro, ovvero non incidenti nell'esperienza vissuta in hotel.

Distribuzione dei giudizi per sentiment



- Opinioni positive rilevate nei contenuti
- Opinioni negative rilevate nei contenuti

SENTIMENT | DETTAGLIO

La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi.

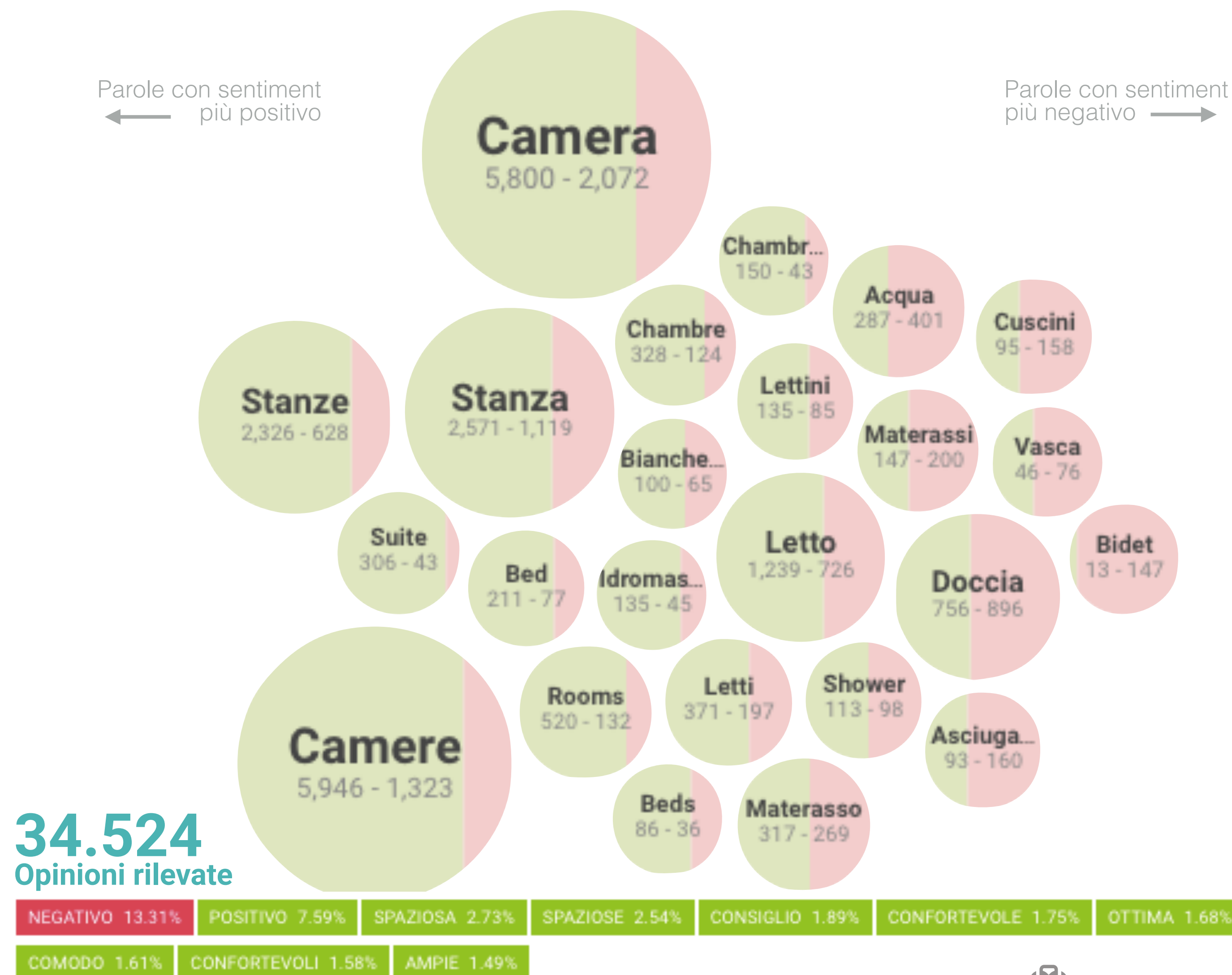
1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

Generale	85.92%
Camere	66.85%
Posizione	90.08%
Servizi	72.60%
Ristorazione	82.56%
Accoglienza	91.52%
Pulizia	91.80%
Costi	50.79%
Internet	46.17%

GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Parole con sentiment più positivo ←

→ Parole con sentiment più negativo



SENTIMENT | DETTAGLIO

La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi.

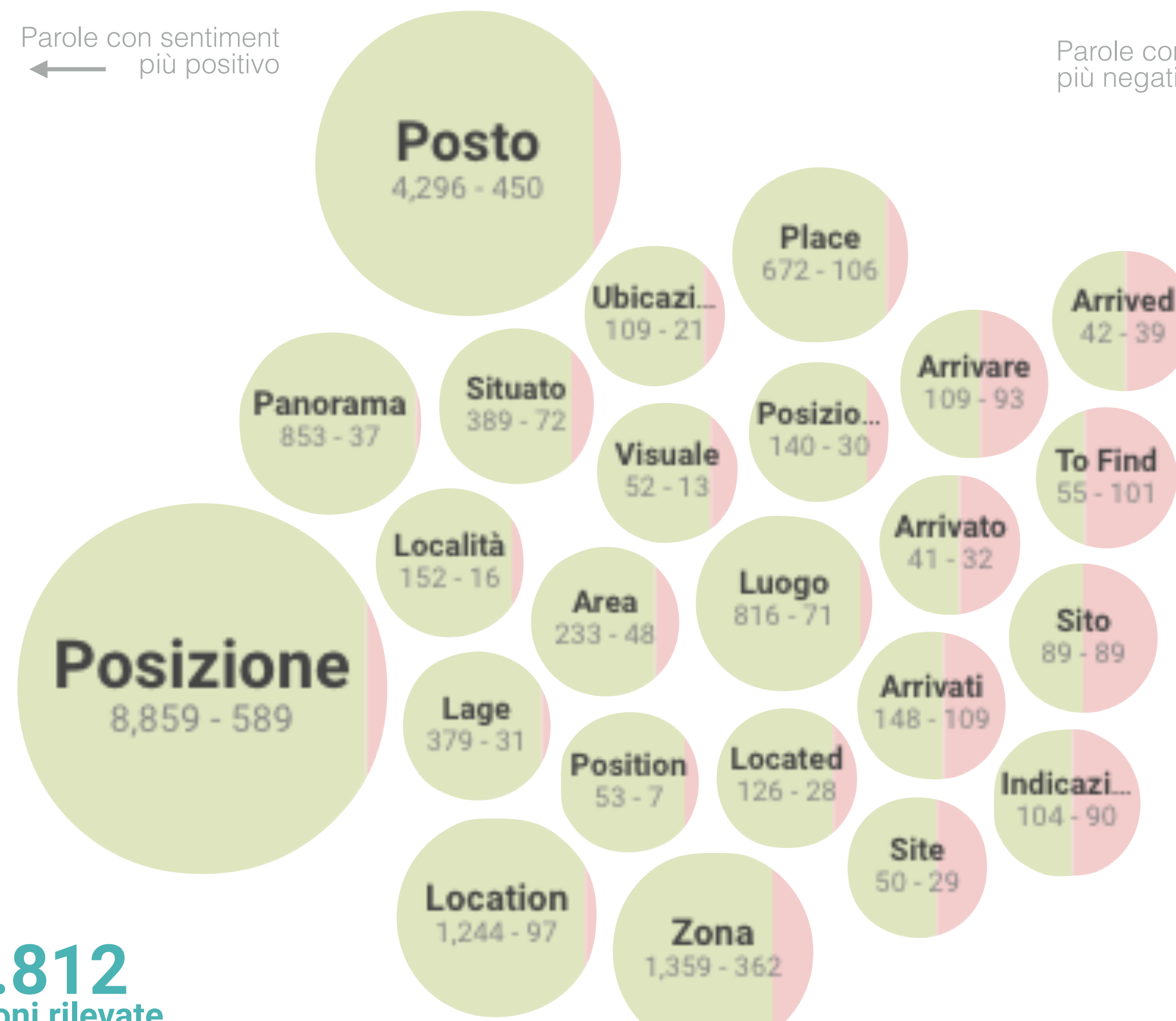
1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

Generale	85.92%
Camere	66.85%
Posizione	90.08%
Servizi	72.60%
Ristorazione	82.56%
Accoglienza	91.52%
Pulizia	91.80%
Costi	50.79%
Internet	46.17%

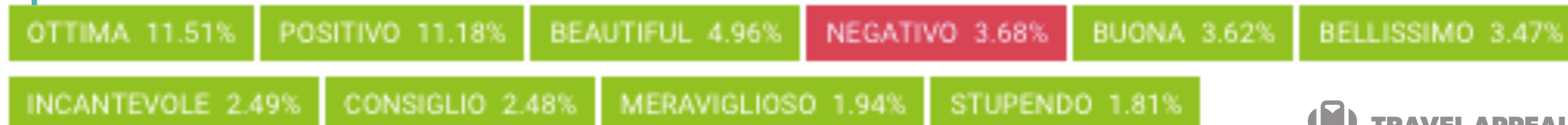
GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

← Parole con sentiment più positivo

Parole con sentiment più negativo →



23.812
Opinioni rilevate



SENTIMENT | DETTAGLIO

La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi.

1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

Generale	85.92%
Camere	66.85%
Posizione	90.08%
Servizi	
72.60%	
Ristorazione	82.56%
Accoglienza	91.52%
Pulizia	91.80%
Costi	50.79%
Internet	46.17%

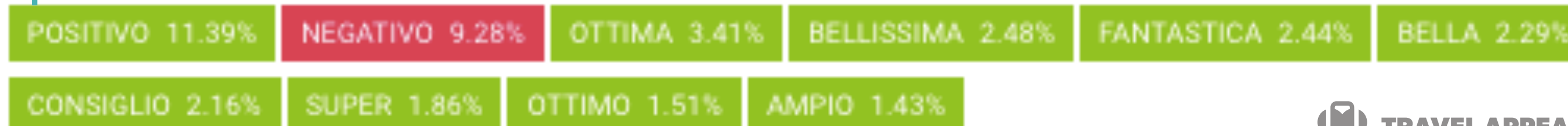
GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Parole con sentiment più positivo ←

Parole con sentiment più negativo →



16.965
Opinioni rilevate



SENTIMENT | DETTAGLIO

La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi.

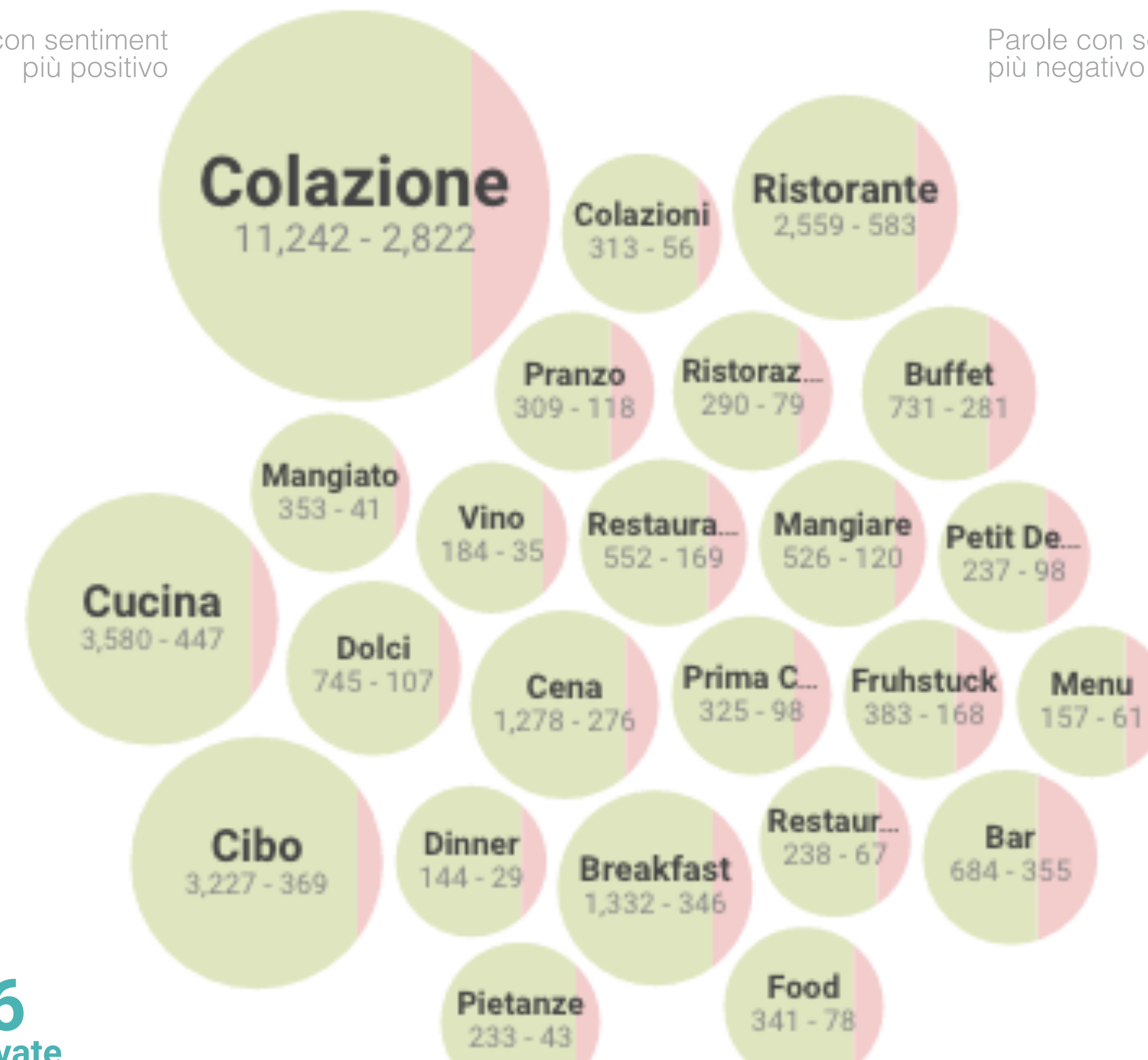
1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

Generale	85.92%
Camere	66.85%
Posizione	90.08%
Servizi	72.60%
Ristorazione	
82.56%	
Accoglienza	91.52%
Pulizia	91.80%
Costi	50.79%
Internet	46.17%

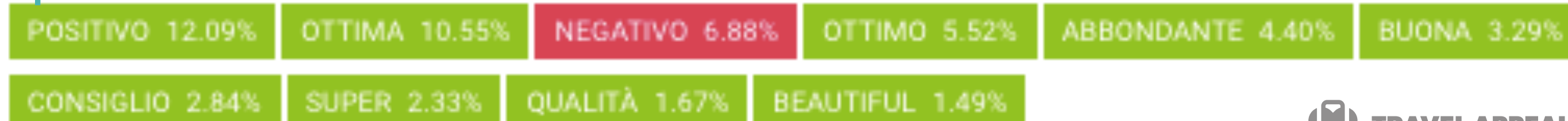
GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Parole con sentiment più positivo ←

Parole con sentiment più negativo →



40.136
Opinioni rilevate



SENTIMENT | DETTAGLIO

La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi.

1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

📄	Generale	85.92%
🔍	Camere	66.85%
📍	Posizione	90.08%
🛎	Servizi	72.60%
🍴	Ristorazione	82.56%
Accoglienza		
		91.52%
💧	Pulizia	91.80%
👁	Costi	50.79%
📶	Internet	46.17%

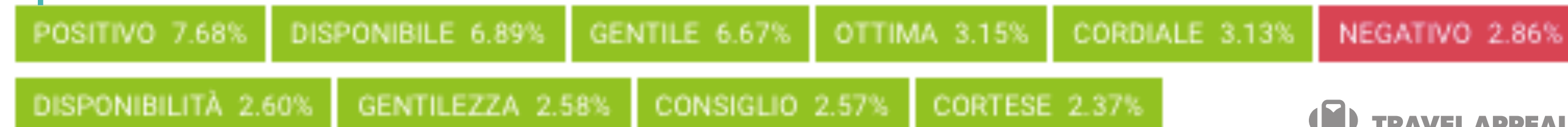
GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Parole con sentiment più positivo ←

Parole con sentiment più negativo →



47.999
Opinioni rilevate



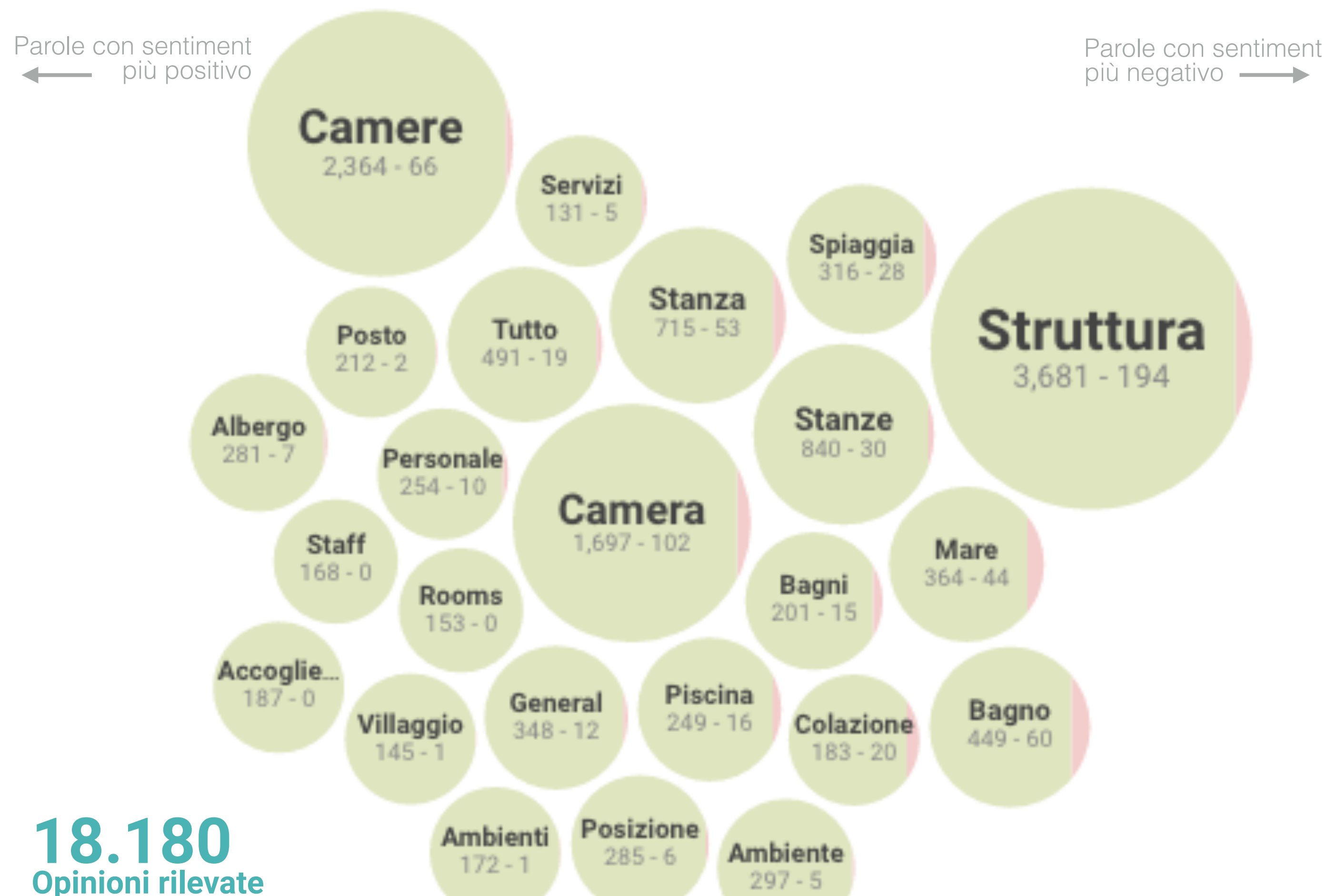
SENTIMENT | DETTAGLIO

La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi.

1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

📄	Generale	85.92%
🔑	Camere	66.85%
📍	Posizione	90.08%
👥	Servizi	72.60%
🍴	Ristorazione	82.56%
🎁	Accoglienza	91.52%
Pulizia		
91.80%		
📷	Costi	50.79%
📶	Internet	46.17%

GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



18.180
Opinioni rilevate

PULIZIA 24.88%	PULITA 19.71%	PULITO 17.56%	PULITE 13.54%	CLEAN 4.20%	PULITI 3.56%	PULITISSIMA 2.76%
PULITISSIMO 2.74%	PULITISSIME 2.33%	PULITISSIMI 1.76%				

SENTIMENT | DETTAGLIO

La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi.

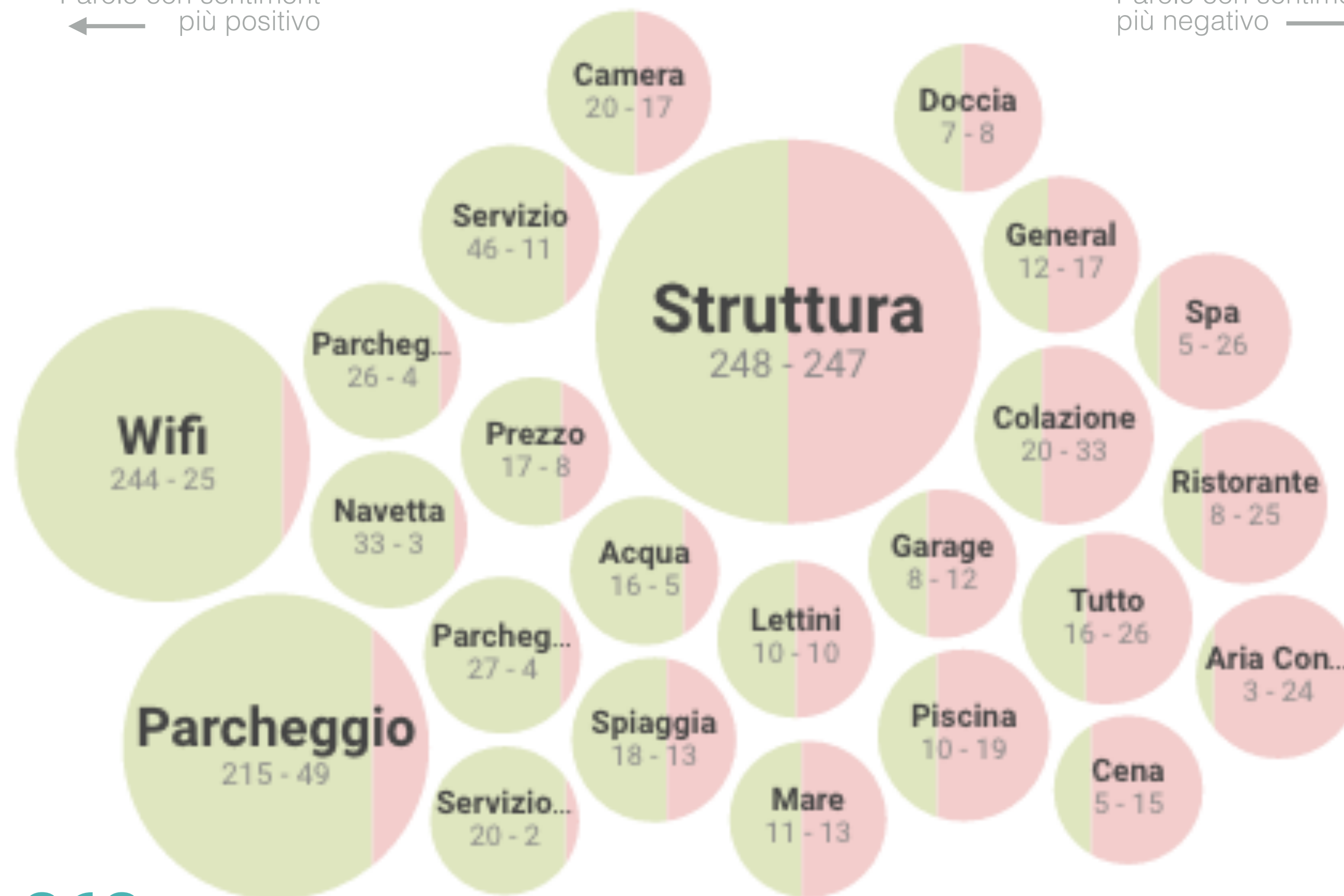
1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

Generale	85.92%
Camere	66.85%
Posizione	90.08%
Servizi	72.60%
Ristorazione	82.56%
Accoglienza	91.52%
Pulizia	91.80%
Costi	50.79%
Internet	46.17%

GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

← Parole con sentiment più positivo

Parole con sentiment più negativo →



2.363
Opinioni rilevate



SENTIMENT | DETTAGLIO

La soddisfazione degli ospiti per cluster di analisi.

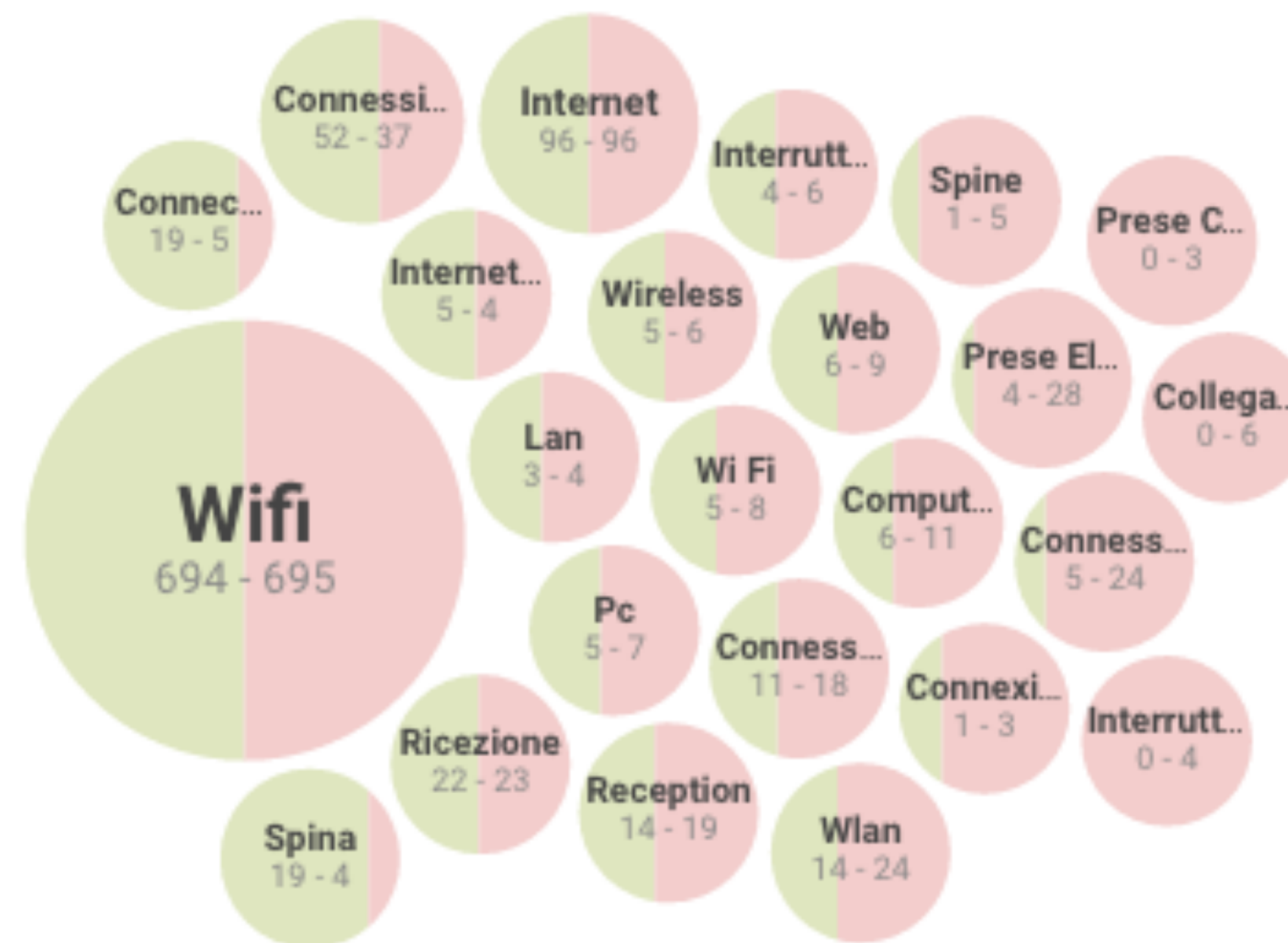
1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

☰	Generale	85.92%
🔍	Camere	66.85%
📍	Posizione	90.08%
🛠️	Servizi	72.60%
🍴	Ristorazione	82.56%
🎁	Accoglienza	91.52%
💧	Pulizia	91.80%
💰	Costi	50.79%
Internet		46.17%

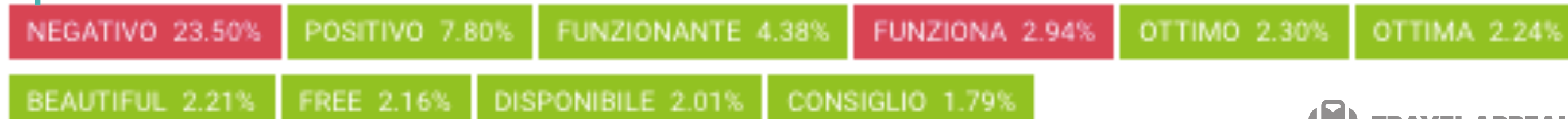
GLI ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Parole con sentiment più positivo ←

→ Parole con sentiment più negativo



2.077
Opinioni rilevate



SODDISFAZIONE GENERALE DEGLI OSPITI PER TIPOLOGIA DI ALLOGGIO

1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

STRUTTURE ALBERGHIERE

82,7%

Sentiment Positivo

al 1° ottobre 2016

Generale	84.32%
Camere	65.12%
Posizione	89.98%
Servizi	71.82%
Ristorazione	81.58%
Accoglienza	90.86%
Pulizia	90.78%
Costi	52.52%
Internet	44.09%

46.209 Contenuti analizzati

VS.

STRUTTURE EXTRALBERGHIERE

86,8%

Sentiment Positivo

al 1° ottobre 2016

Generale	88.50%
Camere	70.50%
Posizione	90.14%
Servizi	74.25%
Ristorazione	84.61%
Accoglienza	92.52%
Pulizia	93.42%
Costi	46.75%
Internet	48.89%




27.367 Contenuti analizzati

CLASSIFICA DEI TEMI PIÙ INCIDENTI NELLA SODDISFAZIONE DEGLI OSPITI

per numero di opinioni espresse.

1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

	Opinioni espresse
 Accoglienza	47.999
 Ristorazione	40.136
 Camere	34.524
 Posizione	23.812
 Pulizia	18.180

	Opinioni espresse
 Servizi	16.965
 Costi	2.363
 Internet	2.077

165.662

Opinioni espresse in generale sull'esperienza di soggiorno che registrano l'**85,92%** di Sentiment positivo (soddisfazione)

SODDISFAZIONE GENERALE DEGLI OSPITI STRANIERI PER PAESE DI PROVENIENZA

1° OTT 2015 - 1° OTT 2016

I PRINCIPALI MERCATI PER NUMERO DI RECENSIONI

GERMANIA 

77,5%

Sentiment Positivo

al 1° ottobre 2016

1.454 **Contenuti analizzati**

REGNO UNITO 

85,9%

Sentiment Positivo

al 1° ottobre 2016

1.090 **Contenuti analizzati**

FRANCIA 

76,9%

Sentiment Positivo

al 1° ottobre 2016

1.005 **Contenuti analizzati**

SVIZZERA 

76,1%

Sentiment Positivo

al 1° ottobre 2016

723 **Contenuti analizzati**

BELGIO 

79,3%

Sentiment Positivo

al 1° ottobre 2016

595 **Contenuti analizzati**

USA 

86,2%

Sentiment Positivo

al 1° ottobre 2016

401 **Contenuti analizzati**

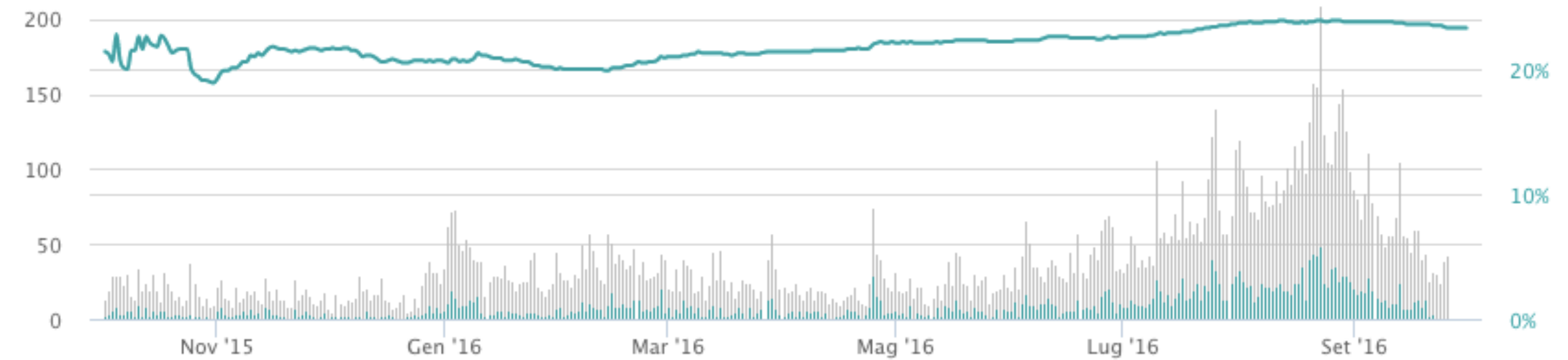
*provenienza rilevata ove disponibile sul profilo utente del recensore.

Recensioni con risposta

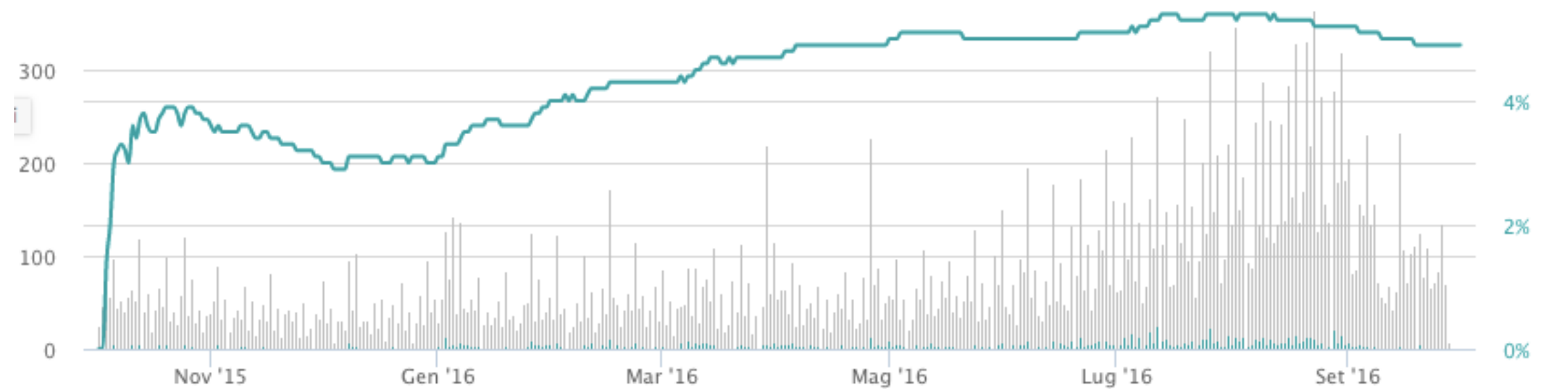
1° OTT 2015 - 1° OTT 2016



23%



5%



Recensioni senza risposta
 Recensioni con risposta
 % Recensioni con risposta

METODOLOGIA DI ANALISI ED ELABORAZIONE DEL SENTIMENT

Il Sentiment è un valore che indica il livello di percezione positiva che emerge dall'analisi semantica di un contenuto testuale (recensione, testo o post). Travel Appeal sfrutta un motore semantico specializzato per comparto (ricettività, ristorazione, attrazioni e risorse culturali, trasporti, ecc.) in grado di “leggere” ogni singolo contenuto, rilevarne i soggetti citati e comprendere le opinioni associate a quest'ultimi.

Un giudizio (o opinione) incide sulla percentuale di sentiment in base 1) al tempo trascorso; 2) al soggetto al quale si riferisce (camera, personale, wifi, guida, servizi, ecc.); 3) alla connotazione degli aggettivi, degli avverbi e dei verbi utilizzati per valutare tale soggetto. Il sistema attribuisce un peso in base al grado di positività/negatività dell'aggettivo/avverbio/verbo rilevato e ne elabora nel complesso la percentuale di sentiment.

Questi fattori concorrono alla formulazione del livello di influenza che i contenuti possono avere sugli utenti che leggono i contenuti online (recensioni e post) di una struttura. I contenuti vengono quindi “smontati” in più di settanta argomenti (cluster), in cui è possibile verificare gli elementi che influenzano positivamente e/o negativamente l'esperienza degli utenti, che questi sia un ospite di un hotel o un visitatore di un museo.

L'analisi semantica sulle recensioni è sintetizzata nel valore percentuale del Sentiment positivo che misura il livello di percezione che gli utenti hanno rispetto ad un soggetto specifico (una camera, un letto, una persona, un luogo, uno spazio, ecc.) e nel complesso, la soddisfazione generale.

...with love from



TRAVEL APPEAL

-quarters **FIRENZE**

-quarters **TREVISO**

www.travelappeal.com

index.travelappeal.com

info@travelappeal.com