

report PUGLIA

La reputazione delle strutture ricettive della Regione Puglia durante il 2017.

Un anno di dati.

 **TRAVEL APPEAL**

Febbraio 2018



UNIONE EUROPEA
PSRR FESR FSC 2014 - 2020
Asse II - Azione 3.8



REGIONE PUGLIA
GOVERNATORE MICHELE CRISTOFARO
MINISTRO REGIONALE REGIONALISMO ECONOMICO



PROMOZIONE
Puglia
AGENZIA REGIONALE DEL TURISMO



GUIDA AI CONTENUTI

EXECUTIVE SUMMARY

I dati analizzati

Il confronto strutture attive/inattive 2016 vs 2017

La soddisfazione degli ospiti

La soddisfazione degli ospiti per provincia

Italiani vs. stranieri

Mercati di provenienza

Tipologia di viaggiatori

Distribuzione delle recensioni

Alberghiero vs. extralberghiero

Focus appartamenti e affittacamere

Le opinioni degli ospiti

METODOLOGIA

EXECUTIVE SUMMARY

La **soddisfazione generale degli ospiti** che durante tutto il 2017 hanno soggiornato nelle strutture ricettive pugliesi, si attesta all'**86.3%** di Sentiment positivo. Il dato proviene dall'**analisi di 383.154 contenuti online**¹ dentro i quali sono state rilevate 1.828.936 opinioni² espresse su diversi aspetti riguardanti l'esperienza di soggiorno, distribuite su **8.853 strutture ricettive del territorio con almeno una recensione nel periodo considerato** su un totale di 14.266 presenti online, di cui il 58% è rappresentato da annunci di appartamenti.

Tra gli elementi che compongono l'esperienza di soggiorno, **l'accoglienza è molto ben apprezzata** dagli ospiti con il 94.1% di sentiment positivo, a cui segue l'ottima valutazione della posizione delle strutture ricettive (93.8% di sentiment positivo) e della pulizia (90.8% sentiment). **Ottima anche la percezione della ristorazione interna alle strutture** con l'86.1% di sentiment positivo. Le camere e i servizi raccolgono una soddisfazione degli ospiti tra il 77 e il 79% di sentiment. Criticità maggiori si registrano sulla qualità della connessione ad internet nelle strutture (58.3% sentiment) e sulla percezione dei costi (59.7% sentiment).

Non tutti gli elementi incidono allo stesso modo sulla soddisfazione generale degli ospiti: le opinioni sulle camere, sull'accoglienza, sulla ristorazione e quelle che riguardano la posizione hanno un ruolo centrale; le opinioni sui servizi, sulla pulizia, sulla connessione ad internet e sui costi hanno un peso marginale.

Le province di Brindisi e Lecce si posizionano al di sopra della media regionale sulla soddisfazione generale degli ospiti, rispettivamente con l'87.4 e l'87.8% di sentiment. Le province di Bari, Barletta-Andria-Trani e Taranto registrano una soddisfazione degli ospiti intorno all'86%; solo la provincia di Foggia si distanzia di -2.4 punti rispetto alla media regionale.

L'analisi dei contenuti e delle opinioni di italiani e stranieri rivela una maggiore, seppur minima, soddisfazione dei secondi (86.8% sentiment positivo) rispetto ai primi (85.7% sentiment positivo).

Per gli stranieri la qualità delle camere e la posizione delle strutture hanno un ruolo centrale nella qualità dell'esperienza di soggiorno; gli italiani, invece, oltre alle camere sembrano particolarmente sensibili all'accoglienza.

Italiani e stranieri discordano sulla percezione dei servizi, molto più apprezzati dai secondi (82.6% sentiment) che viceversa tendono a registrare criticità marcate sulla percezione dei costi (47.4% sentiment).

Tra gli utenti che hanno dichiarato la loro provenienza, **I principali mercati esteri che recensiscono le strutture pugliesi risultano Europei. Gli americani figurano al nono posto tra i primi 20, ma anche i più soddisfatti con quasi l'89% di sentiment positivo.** Tutti i mercati presentano comunque livelli di soddisfazione elevati compresi tra l'85 e l'89% di sentiment positivo.

Le coppie rappresentano insieme alle famiglie le due principali tipologie di turista più

¹ **Contenuti analizzati** sono le recensioni e i post dei Social media.

² Le **Opinioni rilevate** sono i giudizi analizzati semanticamente all'interno dei testi delle recensioni e dei post, quindi espressi dagli utenti rispetto a soggetti specifici (es.: camere, colazione, wifi, letti, personale, ecc.).

EXECUTIVE SUMMARY

frequente in Puglia. In particolare, **le famiglie superano le coppie in alta stagione** tra Giugno e Settembre. Tutte le tipologie di turista registrano una soddisfazione compresa tra l'83% (business) e l'88% (singoli) e ad eccezione dei business, raggiungono il picco di frequenza nel mese di Agosto.

Più in generale, **la stagionalità delle strutture ricettive pugliesi vede un andamento crescente a partire dal mese di Aprile**, considerando che **Settembre registra all'incirca gli stessi numeri di Luglio e Ottobre incassa più di Maggio**.

La soddisfazione degli ospiti risente poco la stagionalità e l'affollamento della destinazione, infatti **le flessioni nei periodi di alta stagione in termini di sentiment positivo sono contenute e comprese entro i 2 punti** di differenza rispetto ai periodi di media o bassa stagione.

L'extralberghiero, nel complesso, raccoglie il maggior numero di contenuti online (55% tra recensioni e post social), in particolare i B&B che con una quota del 33% in numero di strutture con almeno una recensione, presentano una quantità di contenuti più che doppia rispetto al complesso degli appartamenti (prima categoria per quantità di annunci con almeno una recensione; 39%). Tra le strutture alberghiere, invece, sono i 4 stelle i più recensiti.

Le principali dissonanze in termini di soddisfazione degli ospiti tra le strutture alberghiere ed extralberghiere sono riscontrabili in un maggiore apprezzamento delle camere, della ristorazione, della pulizia, nella migliore percezione dei costi e della connessione ad internet del comparto extralberghiero.

Il focus sugli appartamenti rivela attenzione degli ospiti verso le dotazioni di questi (che pesano per il 27% sulle opinioni analizzate), per la posizione delle strutture (che pesa per il 25%) e per la valutazione dell'host (con un peso del 21%).

È nella percezione dei costi che gli appartamenti si posizionano e si distanziano meglio rispetto alle strutture alberghiere ed extralberghiere tradizionali (con quasi il 70% di sentiment positivo). In tutti gli altri elementi valutati, invece, la soddisfazione degli ospiti degli appartamenti è pressoché aderente a quella delle strutture extralberghiere più tradizionali.

Tra i canali di recensione principali, **Booking.com rappresenta il 55% dei contenuti totali**. Ad esso segue TripAdvisor con il 20%, Facebook (18%), Google (6%), Expedia e canali partner (1%). Su questi canali **il tasso di risposta alle recensioni da parte degli operatori è più elevato su TripAdvisor (26%)**, segue Expedia con il 15%, Hotels.com con il 14%. Booking.com (12%), Google (4%), Facebook (3%).

Nel complesso di tutti i contenuti analizzati, **i principali elementi più citati riguardano la colazione, le camere, la posizione, molti servizi, i proprietari e il personale delle strutture, il mare e le spiagge**. **Le opinioni positive più frequenti si riferiscono alla qualità percepita delle cose, alla disponibilità e gentilezza, alla bellezza, alla pulizia e cura, alle distanze**. Viceversa, le opinioni negative più frequenti sono riferite a problematiche riscontrate durante l'esperienza di soggiorno, alla mancanza di elementi utili al soggiorno, alla dimensione.

EXECUTIVE SUMMARY

Il mare viene positivamente valutato nel 91% delle opinioni che lo riguardano e percepito, quindi, come “bellissimo”, “stupendo”, “pulito” e in molti casi ammirabile grazie alle “viste mozzafiato” delle strutture che lo costeggiano. Così come anche le spiagge giudicate positivamente per 83% dei casi come “belle”, “pulite”, “curate”, “ampie”, “attrezzate”, “convenzionate” e in pochi casi negativamente percepite come “piccole” e “affollate”.

report PUGLIA I dati analizzati



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

8.853

STRUTTURE RICETTIVE +1,6% rispetto a Nov-Dic 2016

Con almeno una recensione nel periodo considerato su un totale di 14.266 presenti online. Di cui 8.254 annunci di appartamenti e 6.012 strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere.



383.154

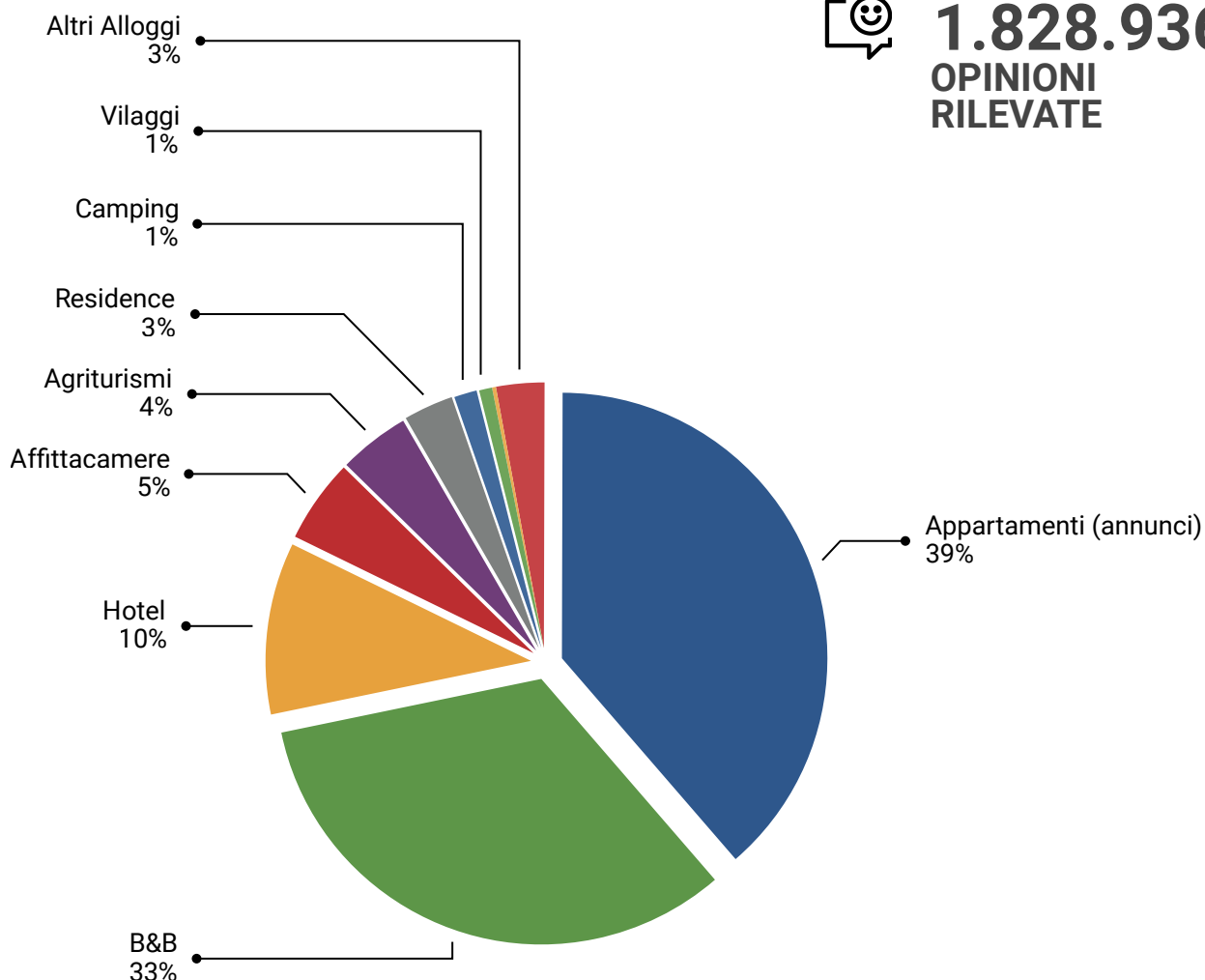
CONTENUTI ANALIZZATI

+10% rispetto al 2016



1.828.936

OPINIONI RILEVATE



Principali Canali monitorati



Hotels.com

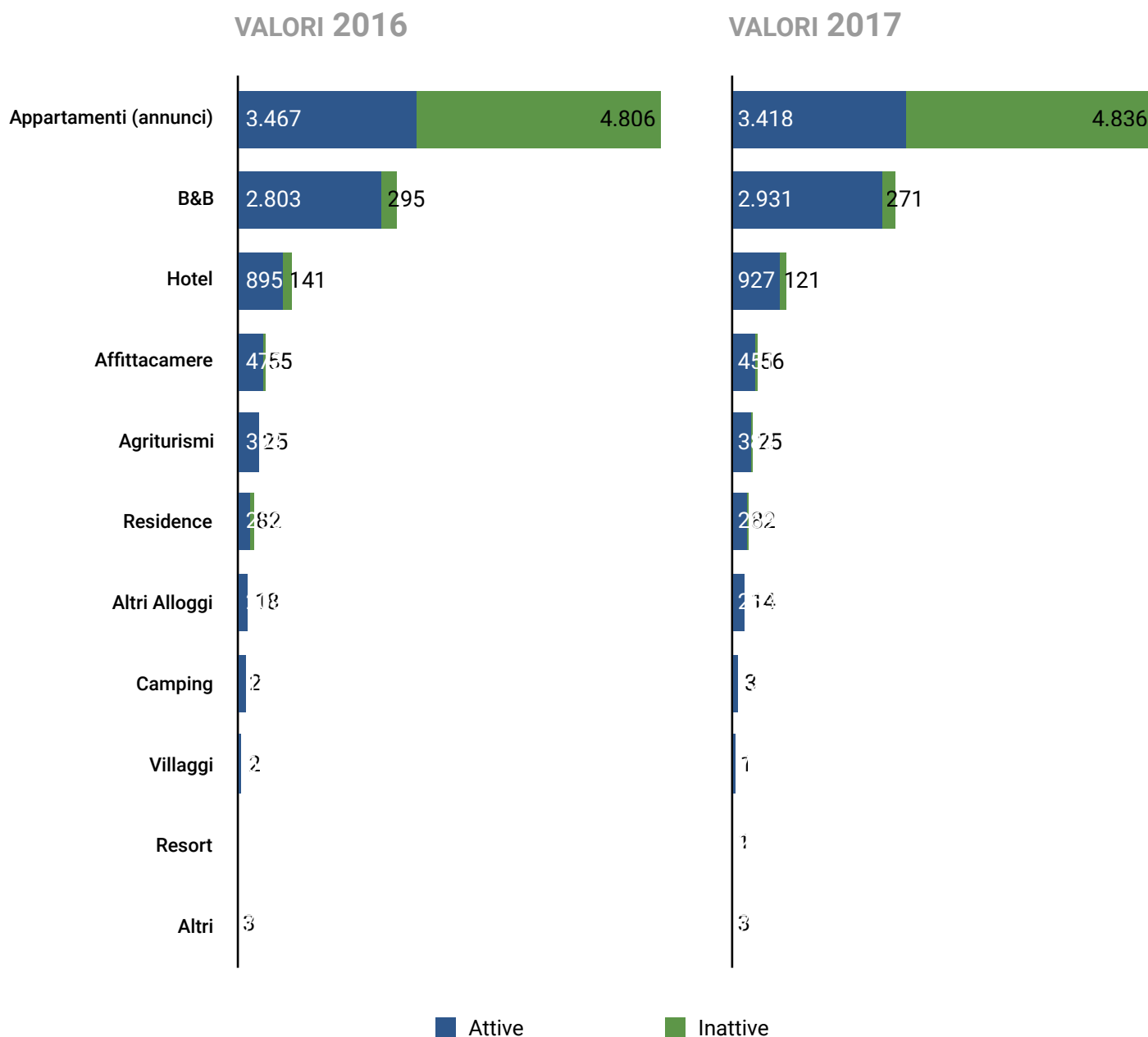
I **Contenuti analizzati** sono le recensioni e i post dei Social media.

Le **Opinioni rilevate** sono i giudizi analizzati semanticamente all'interno dei testi delle recensioni e dei post, quindi espressi dagli utenti rispetto a soggetti specifici (es.: camere, colazione, wifi, letti, personale, ecc.).



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

IL CONFRONTO TRA STRUTTURE RICETTIVE ATTIVE/ INATTIVE TRA 2016 E 2017



report PUGLIA La soddisfazione degli ospiti



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

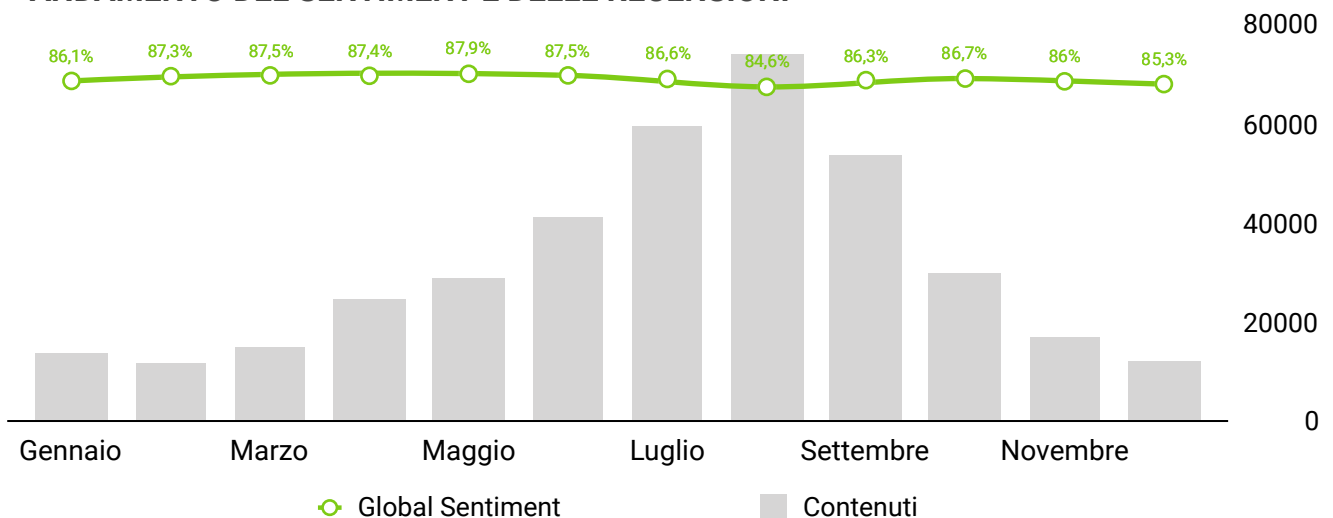
86.3% Soddisfazione generale degli ospiti

Sentiment Positivo al 31 Dicembre 2017 **+0.2 punti** rispetto al 2016

	Soddisfazione degli ospiti	Peso nelle recensioni
Generale	86.9%	-
Camere	77.1%	25%
Posizione	93.8%	16%
Servizi	78.8%	9%
Ristorazione	86.1%	19%
Accoglienza	94.1%	21%
Pulizia	90.8%	8%
Costi	59.7%	1%
Internet	58.3%	1%

*I valori al di sotto del 55% di Sentiment positivo sono marcati in rosso.

ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLE RECENSIONI

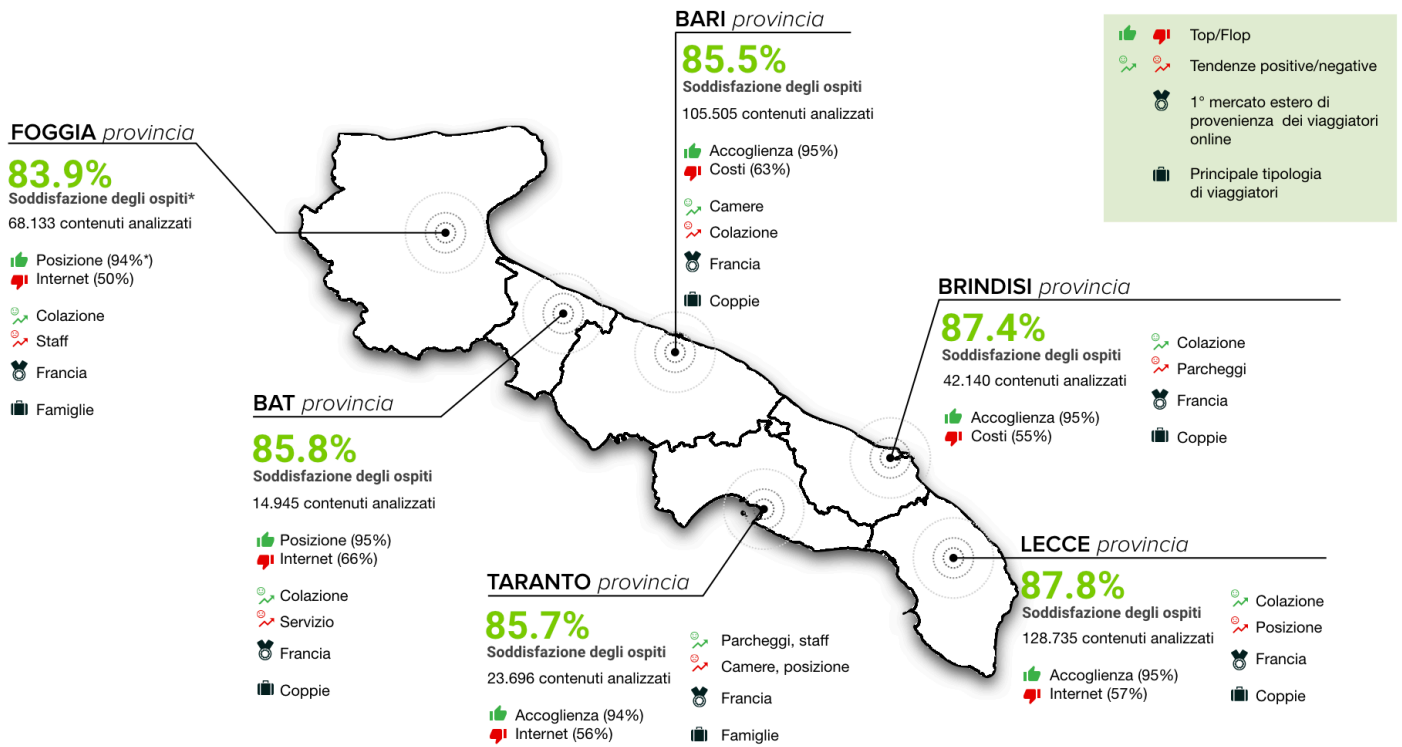


report PUGLIA La soddisfazione degli ospiti



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

LA SODDISFAZIONE DEGLI OSPITI PER PROVINCIA



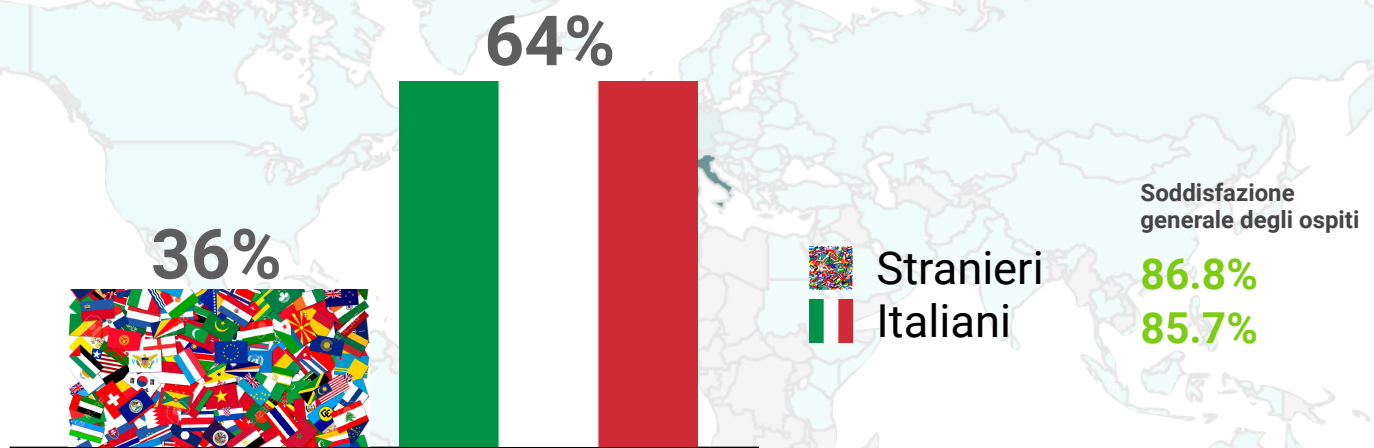
*Sentiment al 31 Dic 2017.

report PUGLIA Italiani vs. stranieri



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

IL CONFRONTO TRA ITALIANI E STRANIERI



*Provenienza rilevata ove disponibile sul profilo del viaggiatore

	ITALIANI		STRANIERI	
	Soddisfazione degli ospiti	Peso nelle recensioni	Soddisfazione degli ospiti	Peso nelle recensioni
🏠 Generale	86.9%	-	86.0%	-
🔍 Camere	75.0%	26%	79.9%	27%
📍 Posizione	94.3%	15%	92.6%	21%
🧩 Servizi	75.2%	9%	82.6%	9%
🍴 Ristorazione	85.1%	18%	86.8%	19%
🎁 Accoglienza	94.3%	21%	94.5%	16%
💧 Pulizia	90.6%	9%	91.7%	4%
💰 Costi	63.4%	1%	47.4%	2%
📶 Internet	49.1%	1%	67.7%	2%

*I valori al di sotto del 55% di Sentiment positivo sono marcati in rosso.

report PUGLIA Mercati di provenienza



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

PRIMI 20 MERCATI DI PROVENIENZA ESTERA

PAESE	Recensioni analizzate	Soddisfazione degli ospiti	PAESE	Recensioni analizzate	Soddisfazione degli ospiti
Francia	14.445	86.5%	Austria	2.073	85.7%
Germania	9.451	85.8%	Lituania	2.024	85.6%
Regno Unito	8.645	87.8%	Australia	1.897	88.0%
Paesi Bassi	6.592	87.7%	Romania	1.848	84.7%
Svizzera	6.460	86.4%	Ungheria	1.758	86.1%
Belgio	5.106	86.9%	Argentina	1.236	87.3%
Polonia	4.042	86.4%	Canada	1.229	88.4%
Spagna	3.276	84.9%	Brasile	1.118	85.6%
Stati Uniti	2.694	88.9%	Repubblica Ceca	1.043	88.3%
Russia	2.399	87.0%	Svezia	1.035	85.7%

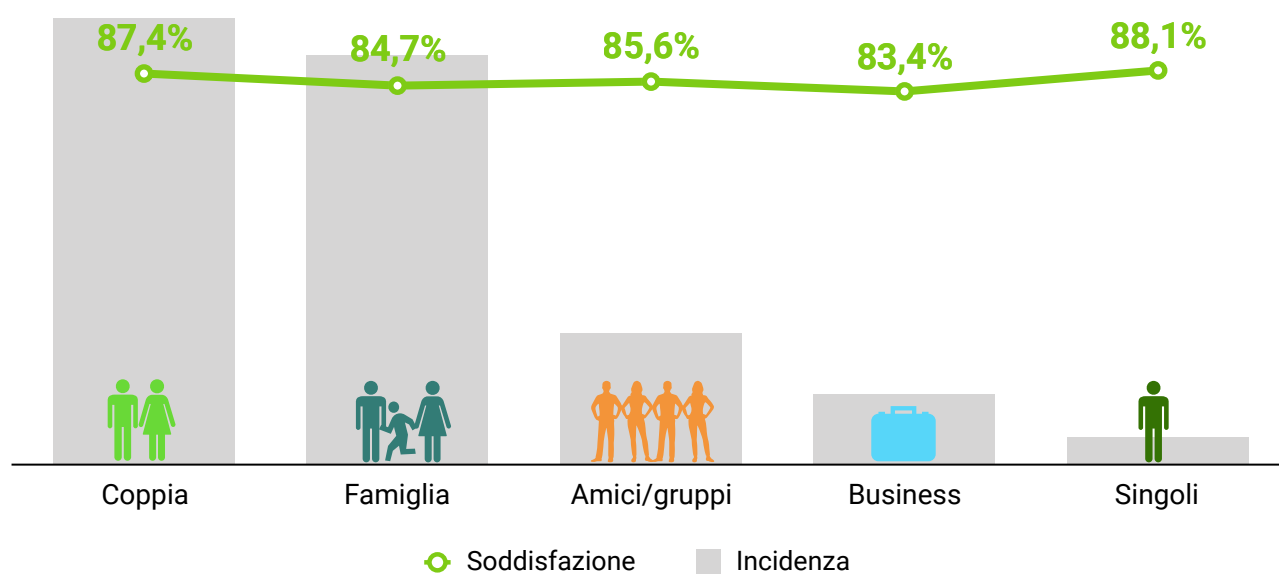
*Provenienza rilevata ove disponibile sul profilo del viaggiatore

report PUGLIA Tipologie di viaggiatori



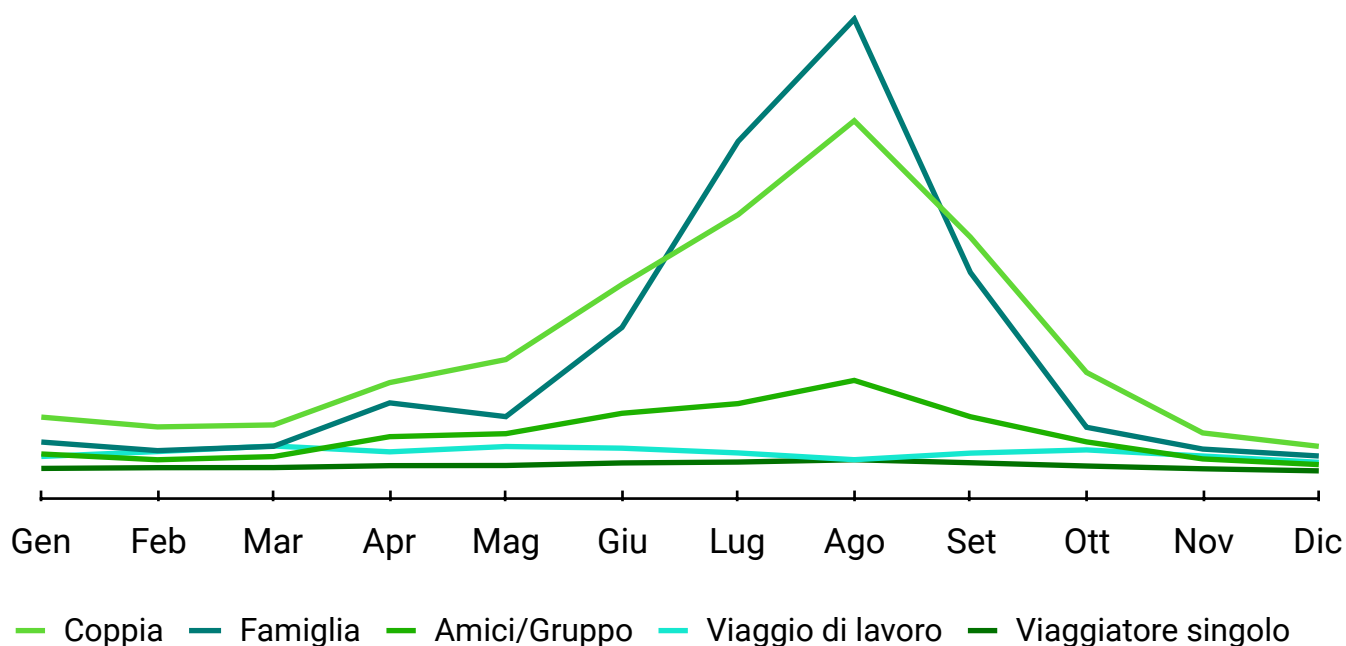
1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

TIPOLOGIE DI VIAGGIATORI



*Tipologia rilevata ove dichiarata nella recensione

DISTRIBUZIONE NEL TEMPO DEI VIAGGIATORI PER TIPOLOGIA

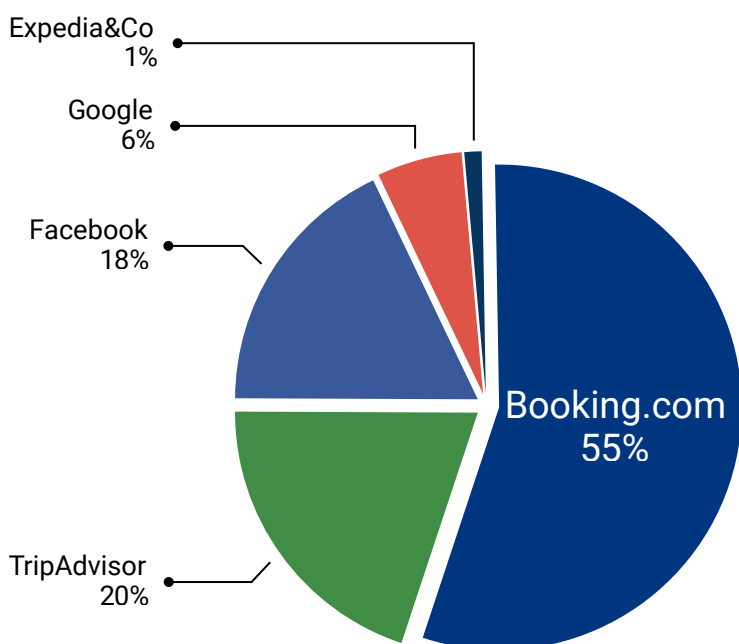


report PUGLIA La distribuzione delle recensioni



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

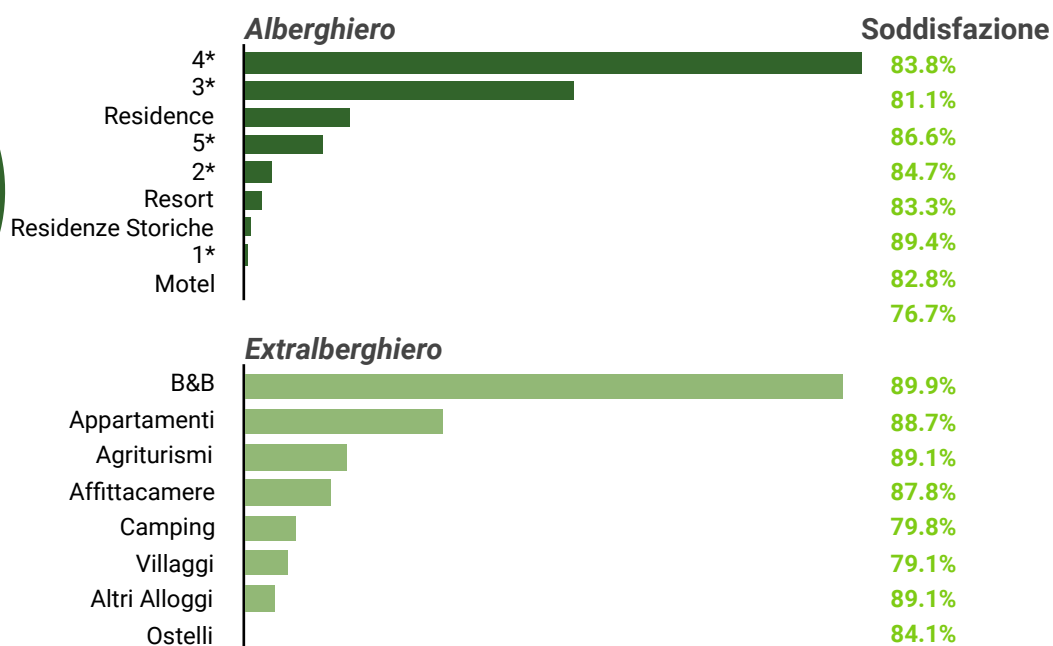
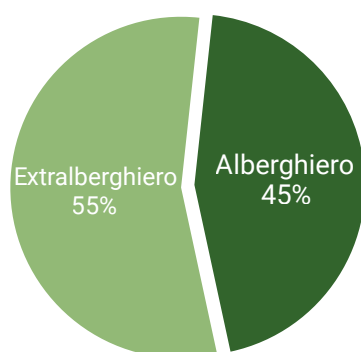
DISTRIBUZIONE DEI CONTENUTI SUI CANALI



Tasso di risposta alle recensioni

TripAdvisor	26%
Expedia	15%
Hotels.com	14%
Booking.com	12%
Google	4%
Facebook	3%

DISTRIBUZIONE DEI CONTENUTI PER COMPARTO E CATEGORIA



report PUGLIA Alberghiero vs. extralberghiero



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

Alberghiero

83.2% Soddisfazione generale degli ospiti

+0.3 punti rispetto al 2016

	Soddisfazione	Peso
Generale	84.5%	-
Camere	71.3%	23%
Posizione	93.2%	12%
Servizi	78.3%	11%
Ristorazione	83.7%	21%
Accoglienza	93.1%	23%
Pulizia	88.1%	8%
Costi	57.0%	1%
Internet	55.7%	1%

Extralberghiero

88.6% Soddisfazione generale degli ospiti

Nessuna variazione rispetto al 2016

	Soddisfazione	Peso
	88.7%	-
	81.8%	26%
	94.2%	20%
	79.4%	7%
	89.0%	17%
	95.3%	20%
	92.8%	9%
	62.6%	1%
	60.8%	1%

*I valori al di sotto del 55% di Sentiment positivo sono marcati in rosso.

Alberghiero

PAESE	Soddisfazione
1° Francia	84.4%
2° Germania	83.1%
3° Regno Unito	85.4%
4° Svizzera	82.5%
5° Paesi Bassi	83.1%
6° Belgio	84.8%
7° Stati Uniti	86.8%
8° Polonia	85.4%
9° Spagna	79.5%
10° Russia	84.8%

Extralberghiero

PAESE	Soddisfazione
1° Francia	87.5%
2° Germania	87.7%
3° Regno Unito	89.4%
4° Paesi Bassi	89.4%
5° Svizzera	89.3%
6° Belgio	88.2%
7° Polonia	86.6%
8° Spagna	87.8%
9° Stati Uniti	90.4%
10° Lituania	86.2%

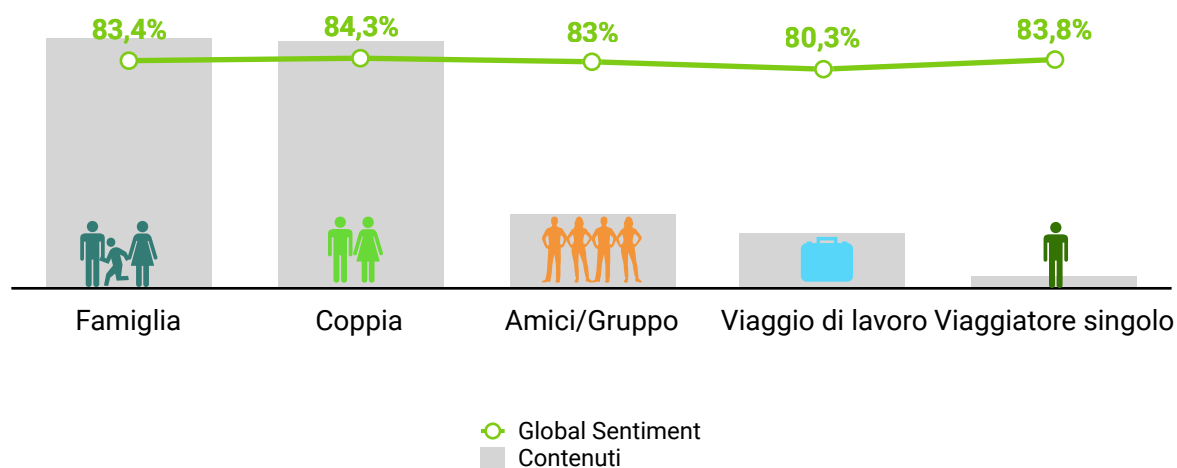
report PUGLIA Alberghiero vs. extralberghiero



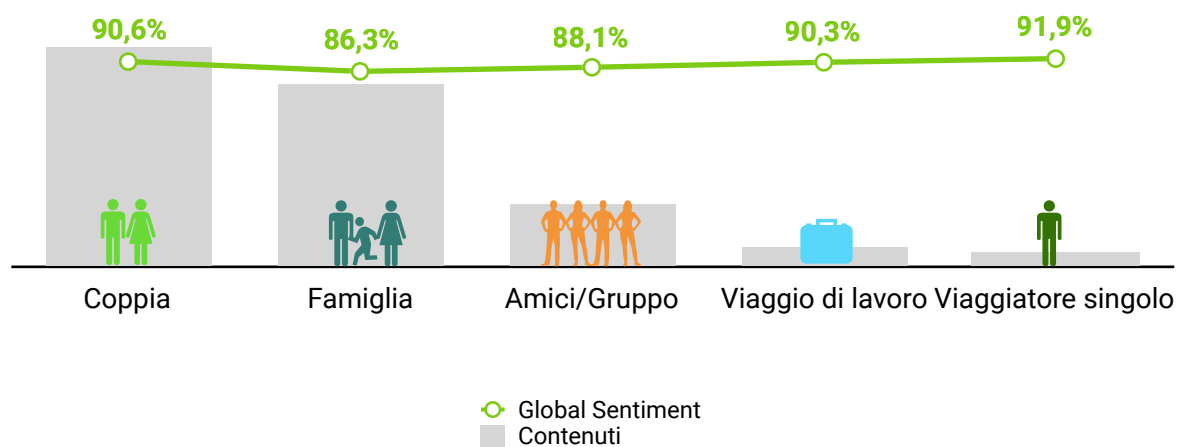
1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

TIPOLOGIE DI VIAGGIATORI

Alberghiero



Extralberghiero



*Tipologia rilevata ove dichiarata nella recensione

report PUGLIA Focus appartamenti e affittacamere



1° GEN 2017 - 31 DIC 2017

88.4% Soddisfazione generale degli ospiti degli appartamenti e affittacamere

Sentiment Positivo al 31 Dicembre 2017

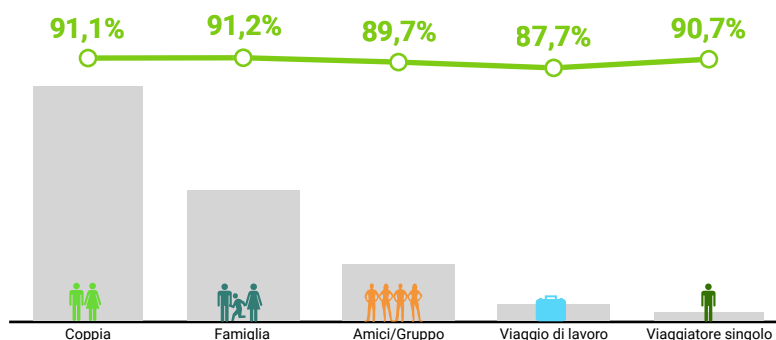
Nessuna variazione rispetto al 2016

	Soddisfazione	Peso
Generale	89.2%	-
Camere	81.7%	16%
Posizione	94.4%	25%
Dotazioni	78.6%	27%
Host	96.4%	21%
Pulizia	91.9%	9%
Costi	69.9%	1%
Internet	55.5%	1%

*I valori al di sotto del 55% di Sentiment positivo sono marcati in rosso.

PAESE	Soddisfazione
1° Francia	85.8%
2° Germania	87.0%
3° Regno Unito	89.0%
4° Paesi Bassi	88.6%
5° Svizzera	87.5%
6° Polonia	88.7%
7° Belgio	88.3%
8° Spagna	87.9%
9° Russia	88.1%
10° Lituania	88.8%

TIPOLOGIE DI VIAGGIATORI



METODOLOGIA

MAPPATURA DELLE STRUTTURE RICETTIVE DELLA REGIONE PUGLIA

Con l'obiettivo di analizzare la percezione dell'ospitalità pugliese in termini quantitativi e qualitativi, Travel Appeal ha raccolto la presenza digitale di tutte le strutture ricettive sui principali siti di recensione e di vendita (OTA). A partire dall'esplorazione di tutte le strutture ricettive presenti su TripAdvisor, si è esteso il raggio di raccolta dei dati per le medesime strutture su Booking.com, Google e Expedia.

Le tipologie di strutture rilevate appartengono al settore alberghiero e extralberghiero. In particolare, le categorie principali risultano: Hotel, B&B, Agriturismi, Appartamenti, Affittacamere, Residence, Resort, Motel, Villaggi, Ostelli, Residenze d'Epoca, Campeggi.

Per ciascuna struttura rilevata, Travel Appeal ne ha esplorato la tipologia, la categoria, le recensioni (testi e punteggi), la provenienza degli ospiti, la lingua, la tipologia degli ospiti, i servizi offerti.

METODOLOGIA DI ANALISI ED ELABORAZIONE DEL SENTIMENT

Tutte le recensioni vengono analizzate per rating e semanticamente nei loro contenuti. Nella valutazione di quest'ultimi, un giudizio (o opinione) incide sulla percentuale di sentiment e sulla soddisfazione degli ospiti in base 1) al tempo trascorso; 2) al soggetto al quale il giudizio si riferisce (camera, personale, wifi, guida, servizi, ecc.); 3) alla connotazione degli aggettivi, degli avverbi e dei verbi utilizzati per valutare tale soggetto; 4) al rating che l'utente recensore assegna. 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 di una struttura (recensioni e post) possono avere sugli utenti che li leggono online. I contenuti vengono quindi "smontati" in decine di argomenti in cui è possibile verificare gli elementi che influenzano positivamente e/o negativamente l'esperienza degli utenti. L'analisi semantica sulle recensioni è sintetizzata nel valore percentuale del Sentiment positivo che misura la percezione che gli utenti hanno rispetto ad un soggetto specifico (una camera, un letto, una persona, un luogo, uno spazio, un servizio, ecc.) e nel complesso, la soddisfazione generale degli ospiti.

I cluster di analisi semantica dedicati alle strutture ricettive riguardano:

- Le camere
- La posizione
- I servizi
- La ristorazione
- L'accoglienza
- La pulizia
- I costi
- La connessione ad internet

In particolare, nell'analisi degli appartamenti e degli affittacamere, si analizza il sentiment relativo a:

- Dotazioni (dell'appartamento)
- Host (proprietario dell'appartamento).

Per tutti i cluster semantici si analizzano migliaia di soggetti che ne fanno parte (ad es.: letti, lenzuola, cuscini, materassi, reti, pareti, bagni, sanitari, colazione e relativi soggetti, staff, ecc.)

 *with love from*
TRAVEL APPEAL



UNIONE EUROPEA
POLITICA REGIONALE 2014-2020
Asse II - Sviluppo S.2



REGIONE PUGLIA
PUGLIA REGIONAL DEVELOPMENT POLICY 2014-2020
ASSE II - Sviluppo S.2



PROMOZIONE
Puglia Promozione
Puglia Promozione

