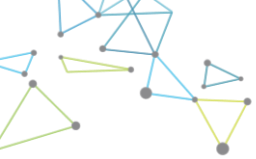


Biweekly Report

San Martino di Castrozza

03.09.2024

Elaborazioni a cura di Trentino Marketing | Area ATA & Destination Development



Glossario

Hbenchmark

- **Tasso occupazione**
Percentuale di camere vendute per giorno e viene calcolato come il rapporto tra camere vendute e camere disponibili. Viene confrontato sul valore dell'anno scorso a parità di data e consolidato (fine periodo)
- **ADR**
Prezzo medio di vendita di una camera al netto dei trattamenti e dell'IVA
- **Pick up**
Evoluzione del tasso di occupazione nell'arco di tempo considerato (verifica la reattività del mercato)
- **Camere disponibili**
Capacità ricettiva delle strutture aperte e con prenotazioni nel periodo di analisi
- **Trentino montagna**
Dato complessivo dei territori montani del Trentino (APT Fassa, APT Fiemme Cembra, APT San Martino, APT Paganella, APT Sole, APT Campiglio e APT Alpe Cimbra)

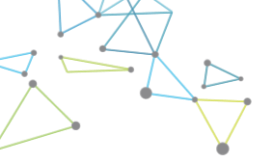
Trust You – Strutture ricettive

- **Punteggio totale**
Sintesi delle recensioni degli ospiti nell'arco di tempo definito dal report calcolata dando un peso maggiore alle ultime recensioni, perché più attuali (media ponderata)
- **Performance**
Sintesi delle recensioni degli ospiti nell'arco di tempo definito dal report calcolata dando lo stesso peso a tutte le recensioni (media aritmetica)
- **Recensioni**
Numero di recensioni lasciate dagli ospiti nell'arco di tempo definito

Destination Appeal - Destinazione

- **Tracce digitali**
Indica il numero di recensioni e contenuti lasciati sul web ed analizzati per valutare il sentiment medio della destinazione.
- **Sentiment**
Indicatore finalizzato a misurare - tramite l'analisi delle tracce digitali - il gradimento per una destinazione e i suoi servizi. Il punteggio varia da 0 a 100 ed è possibile segmentarlo per tipologia di servizio, provenienza e tipologia dell'ospite.





Executive summary



Al 3 settembre i dati di Hbenchmark, basati su un panel di 30 strutture complessive (comparabili con lo scorso anno), riconfermano i trend positivi delineati nelle precedenti rilevazioni con una stagione che per il nostro ambito turistico registra parametri valori complessivi superiori all'estate del 2023, che di fatto rappresentava assieme al 2019 il miglior dato degli ultimi 10 anni.

Il **tasso di occupazione** rispetto all'anno precedente a parità di data si attesta su un valore molto positivo (74% vs 68,4%, +8%) e praticamente sempre superiore al dato medio delle destinazioni montane del Trentino, se si esclude l'ultima settimana di settembre.

Dopo una prima parte di luglio con numeri inferiori rispetto all'anno precedente, **agosto e settembre** evidenziano **numeri positivi**, a testimonianza di un fenomeno di early booking presumibilmente connesso anche alla strategia di programmazione degli eventi ormai consolidati nel mese di settembre (Mythos, Suoni delle Dolomiti, Rosetta Verticale, Festa del Canederlo, Desmontegada).

L'andamento positivo dalla seconda metà di agosto risulta confermato sia dai valori complessivi di occupazione che dal **pick up** a 15 giorni, che (pur a fronte di un minor numero di strutture attive) risulta positivo (74% vs 71,6%, +3%) e superiore al dato medio degli altri ambiti trentini di montagna

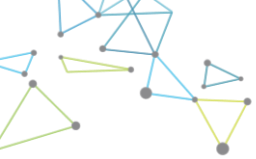
Anche il revpar e l'ADR (+6%) evidenziano sempre su numeri superiori rispetto all'anno precedente, anche con incrementi importanti: gli operatori hanno quindi venduto a tariffe più elevate, anche se a prezzi ancora inferiori rispetto alla media della montagna trentina, fatta eccezione per la settimana del 26.08 dove le tariffe medie risultano allineate per la prima volta in stagione.

ADR medio pari a 131€, in crescita del 6% sull'anno precedente con picchi di crescita in corrispondenza del periodo ferragostano (12 - 29 agosto) e buoni margini anche nel periodo di settembre. Da sottolineare anche la crescita evidente del revpar nel periodo di agosto.

Dopo una prima parte di stagione in rincorsa, anche i dati in relazione all'emissione della Trentino Guest Card si riportano sui valori percentuali della passata stagione e leggermente in positivo, anche se i numeri complessivi restano bassi rispetto agli altri ambiti e con percentuali ancora irrisorie di attivazione automatica mediante PMS.

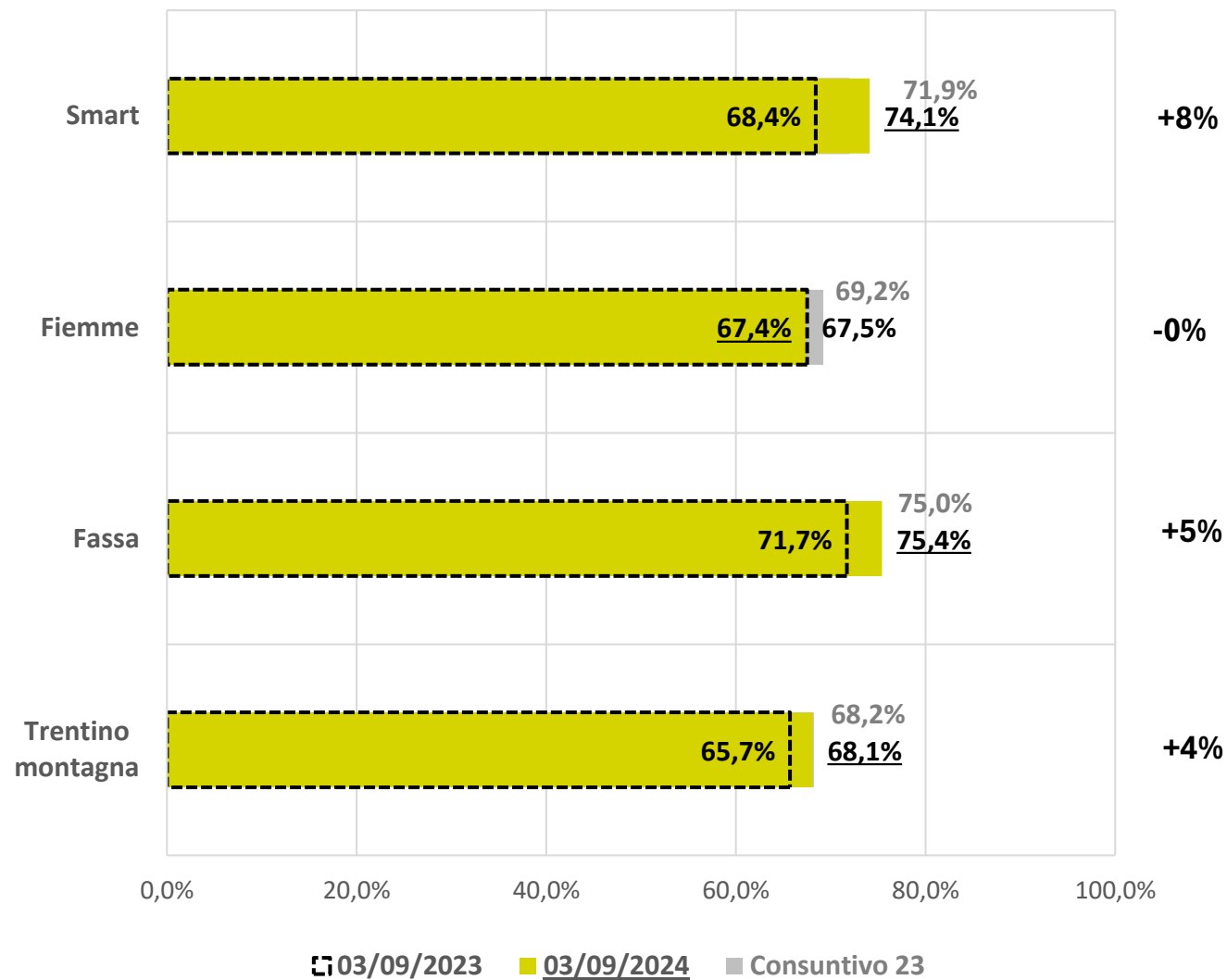
L'analisi del sentiment degli ospiti mediante le dashboard di Data Appeal rispecchia infine valutazioni in linea con la media del Trentino, seppur dalla stessa emerge che le tracce digitali di ospiti italiani nel nostro ambito sono maggiori (77% vs 48%), coerentemente con i flussi turistici intercettati. I mercati di riferimento, così come la composizione del target, sono pressoché analoghi, seppur con quote diverse (unica differenza il Regno Unito anziché la Polonia nella top 5).





Hbenchmark I Tasso occupazione netto

Estate (17 giugno - 05 ottobre)



Fonte: Hbenchmark – agg.to 03 settembre

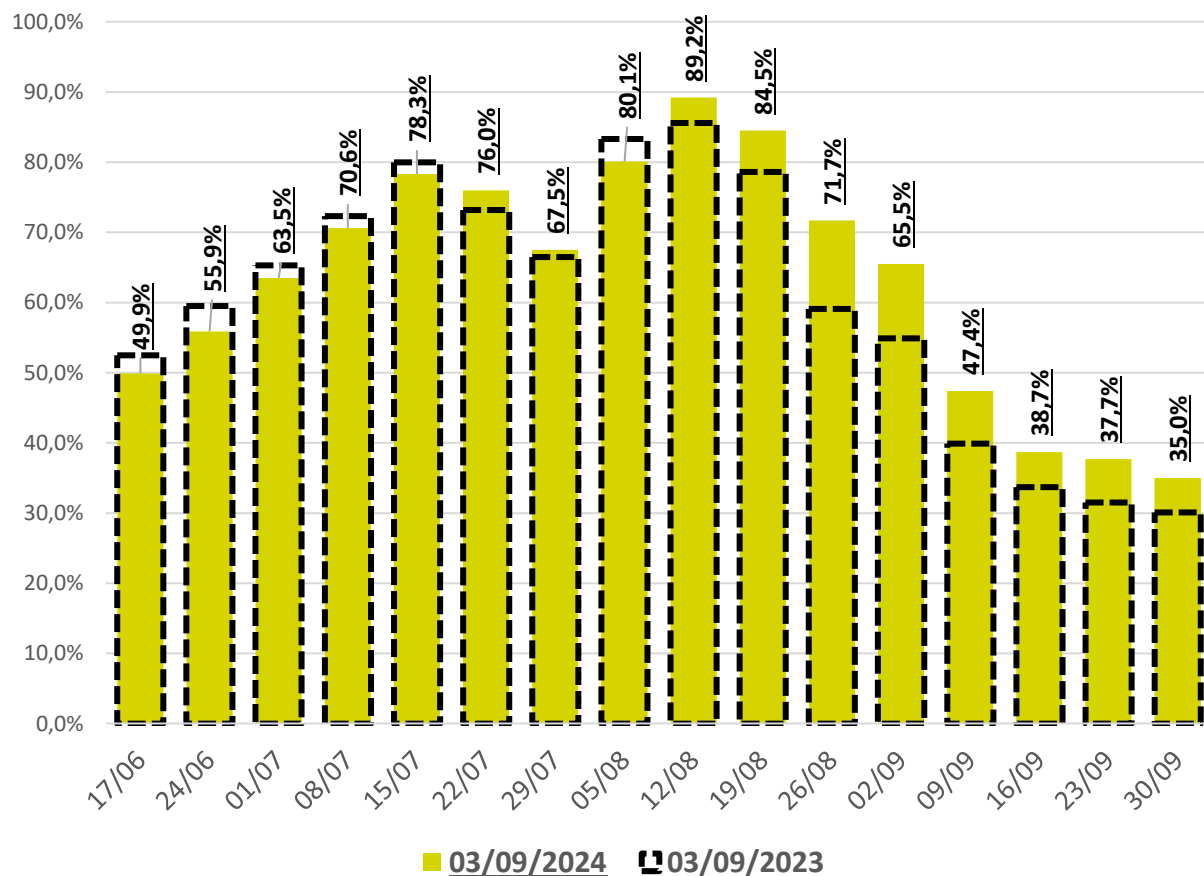
Panel: Trentino Montagna (250 strutture), Fassa (48), Fiemme (33) e Smart (30)



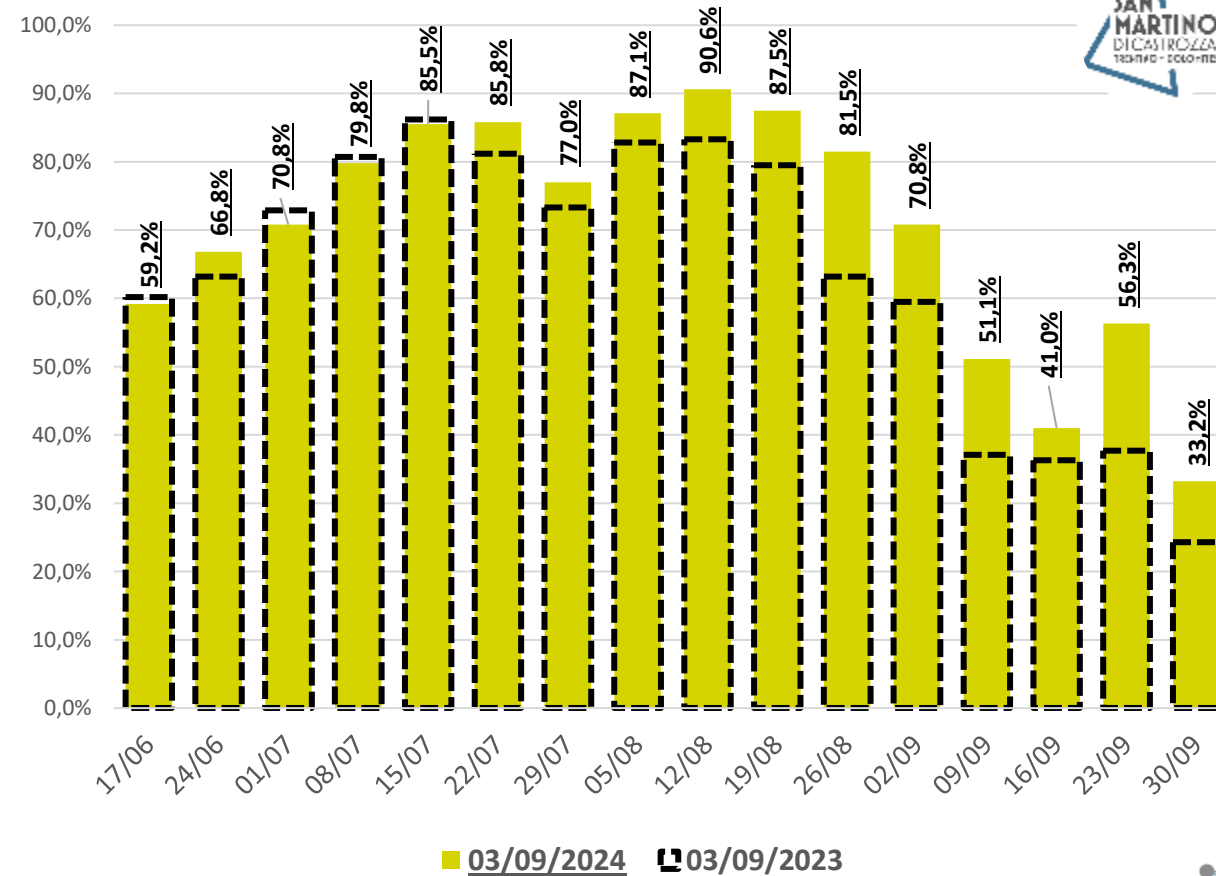


Hbenchmark | Tasso occupazione netto Estate (17 giugno - 05 ottobre)

Occupazione | Trentino montagna

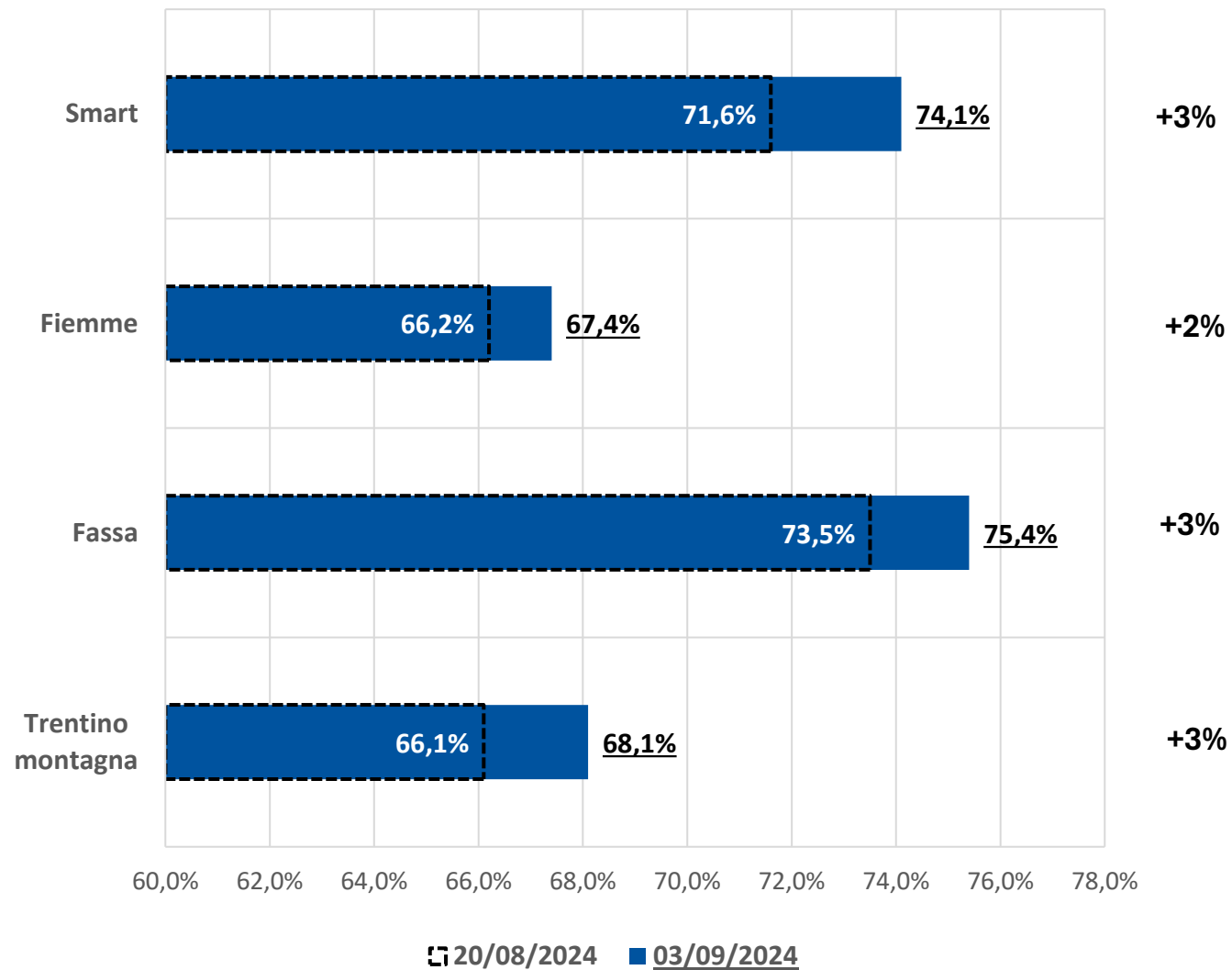


Occupazione | Smart





Hbenchmark I Pick up 15 gg Estate (17 giugno - 05 ottobre)



Fonte: Hbenchmark – agg.to 03 settembre

Panel: Trentino Montagna (250 strutture), Fassa (48), Fiemme (33) e Smart (30)

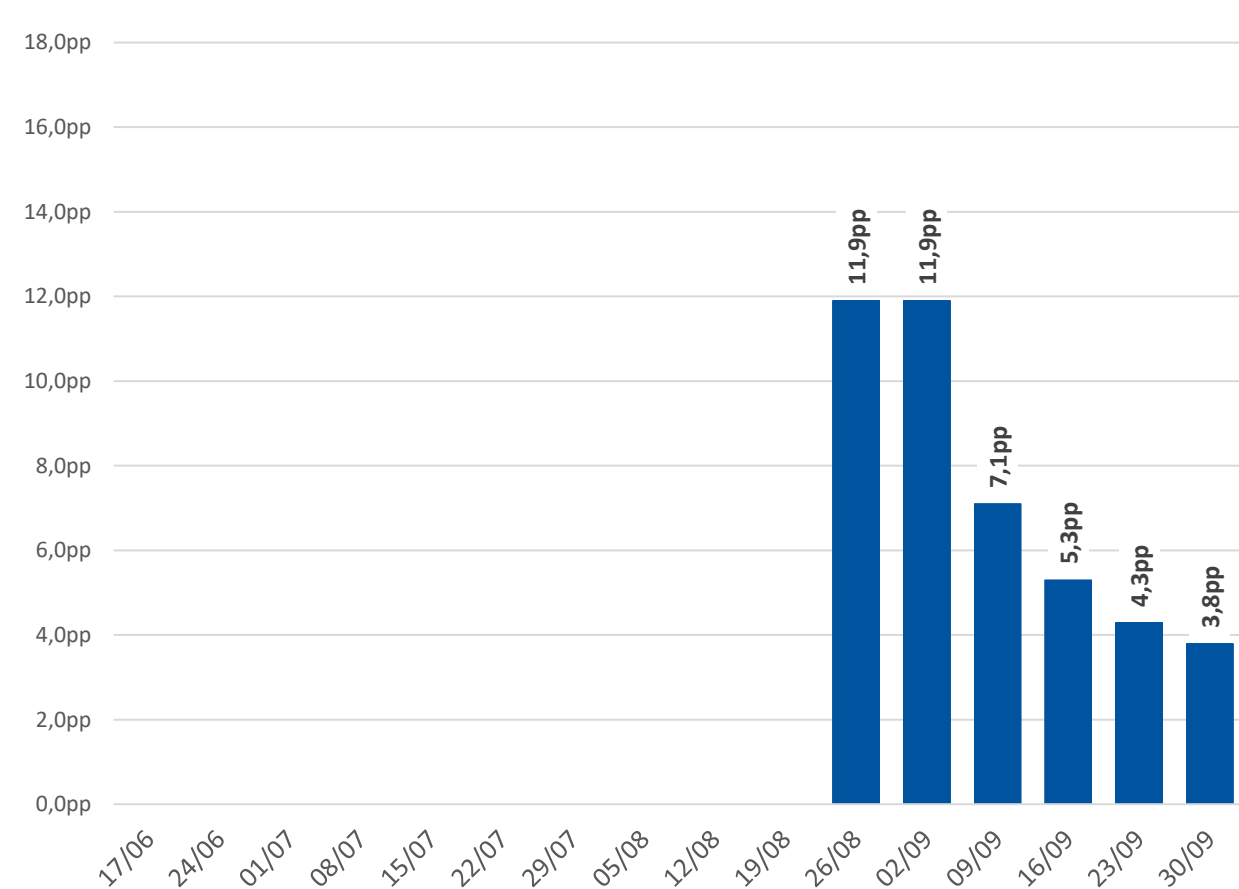




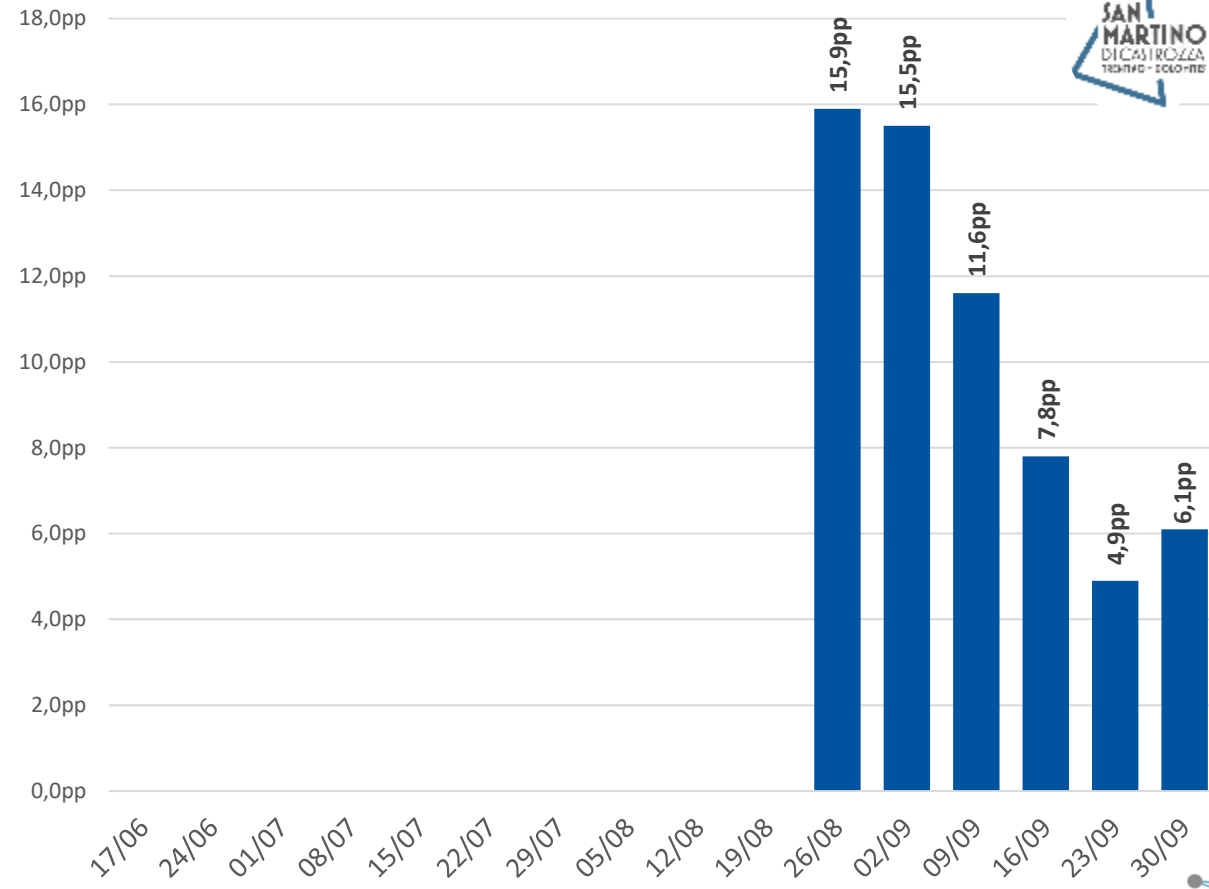
Hbenchmark | Pick up 15 gg Estate (17 giugno - 05 ottobre)

TRENTINO

Pick up | Trentino montagna



Pick up | Smart



Fonte: Hbenchmark – agg.to 03 settembre

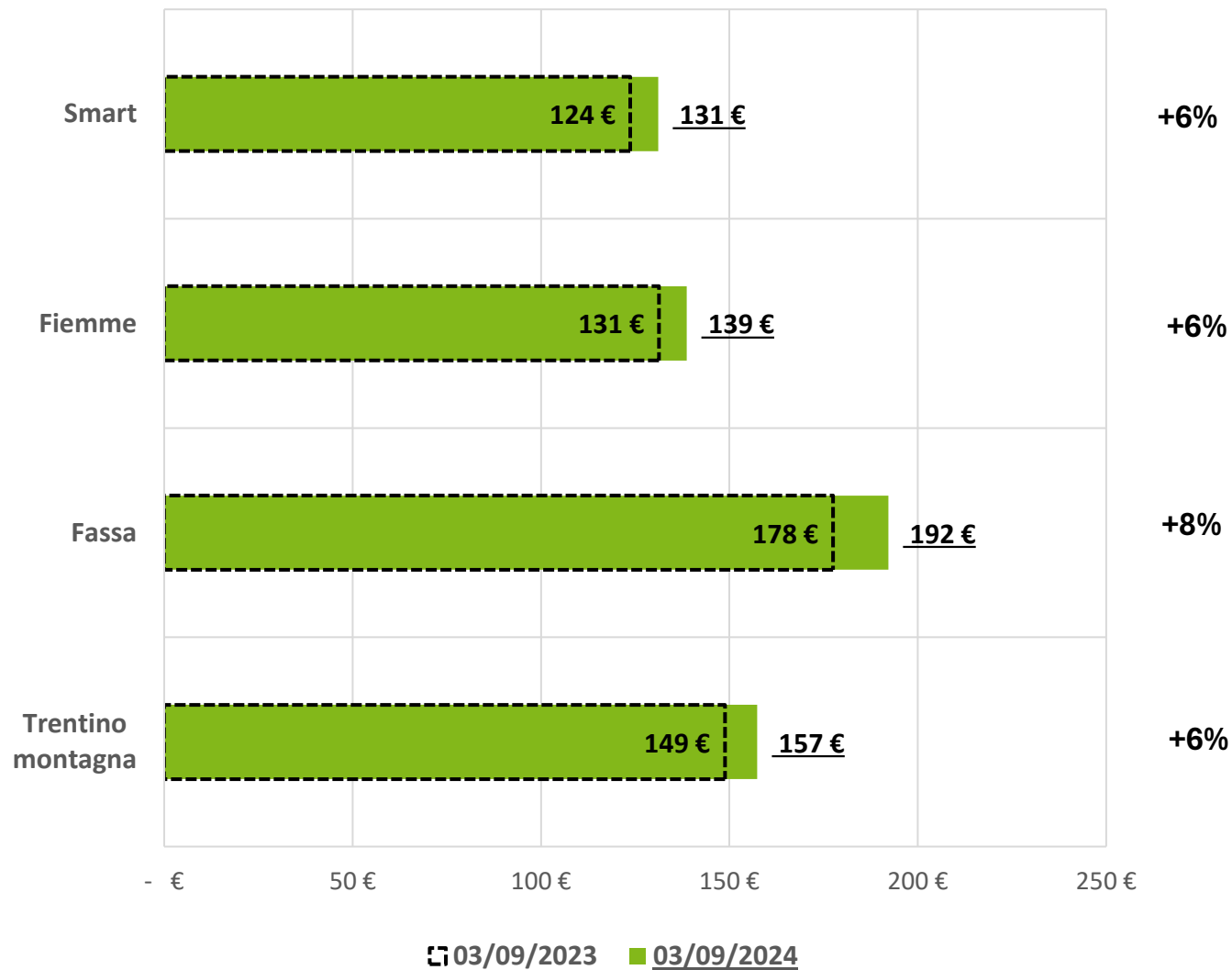
Panel: Trentino Montagna (250 strutture), Fassa (48), Fiemme (33) e Smart (30)





Hbenchmark I ADR

Estate (17 giugno - 05 ottobre)



Fonte: Hbenchmark – agg.to 03 settembre

Panel: Trentino Montagna (250 strutture), Fassa (48), Fiemme (33) e Smart (30)

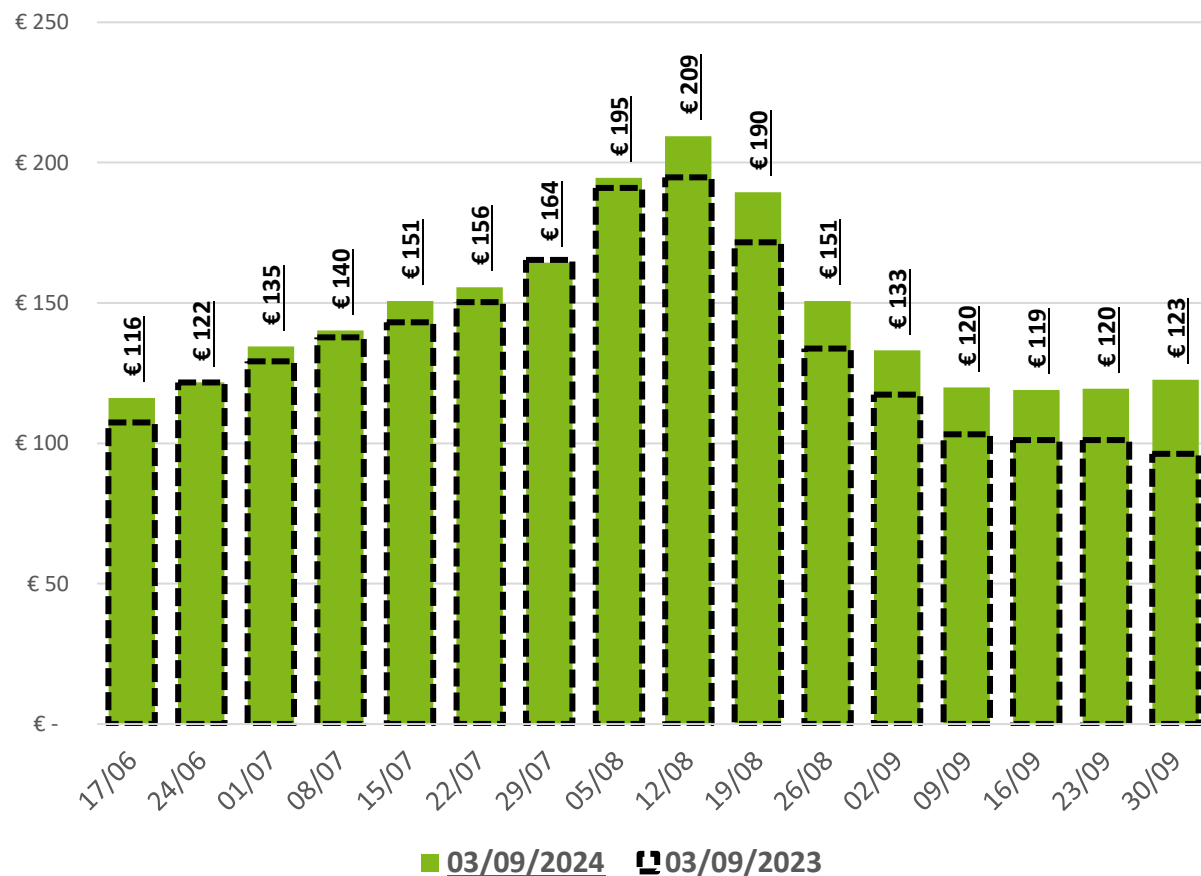




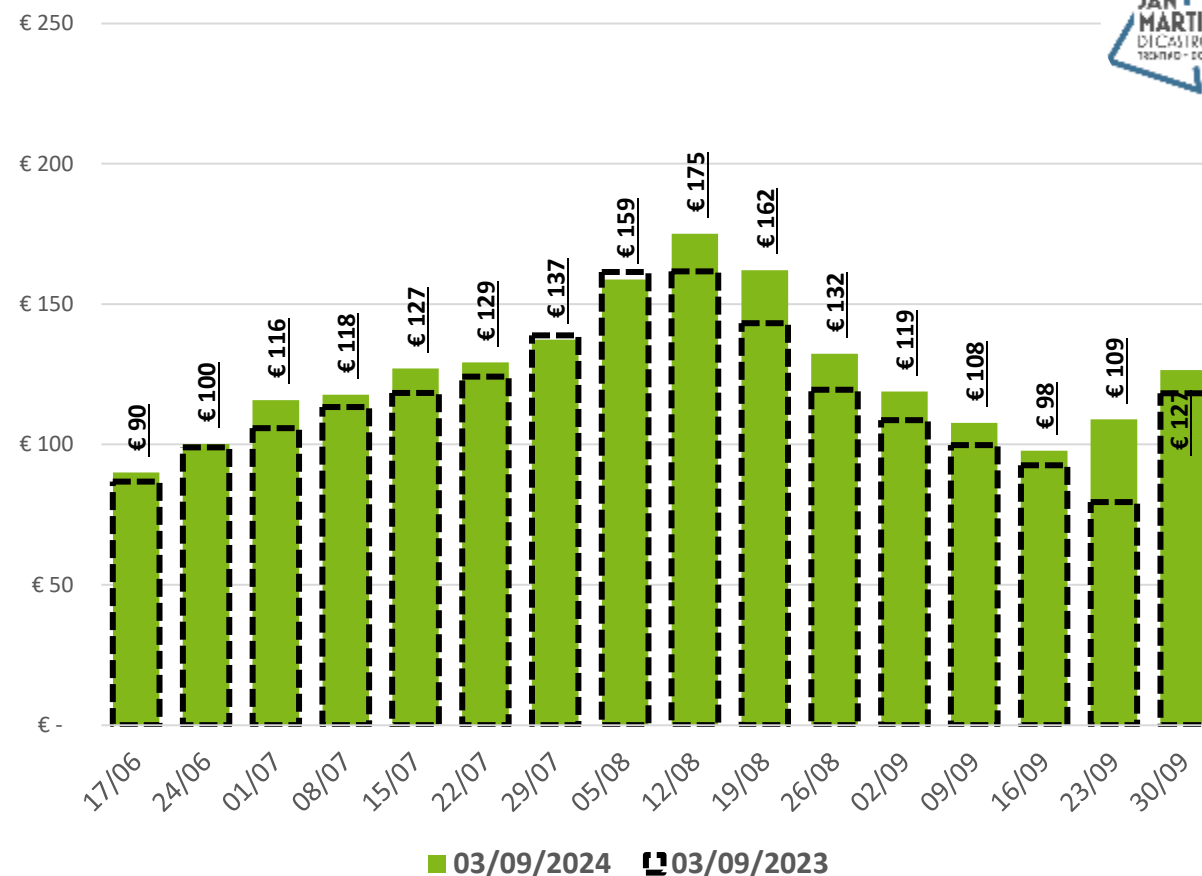
Hbenchmark | ADR

Estate (17 giugno - 05 ottobre)

ADR | Trentino montagna



ADR | Smart

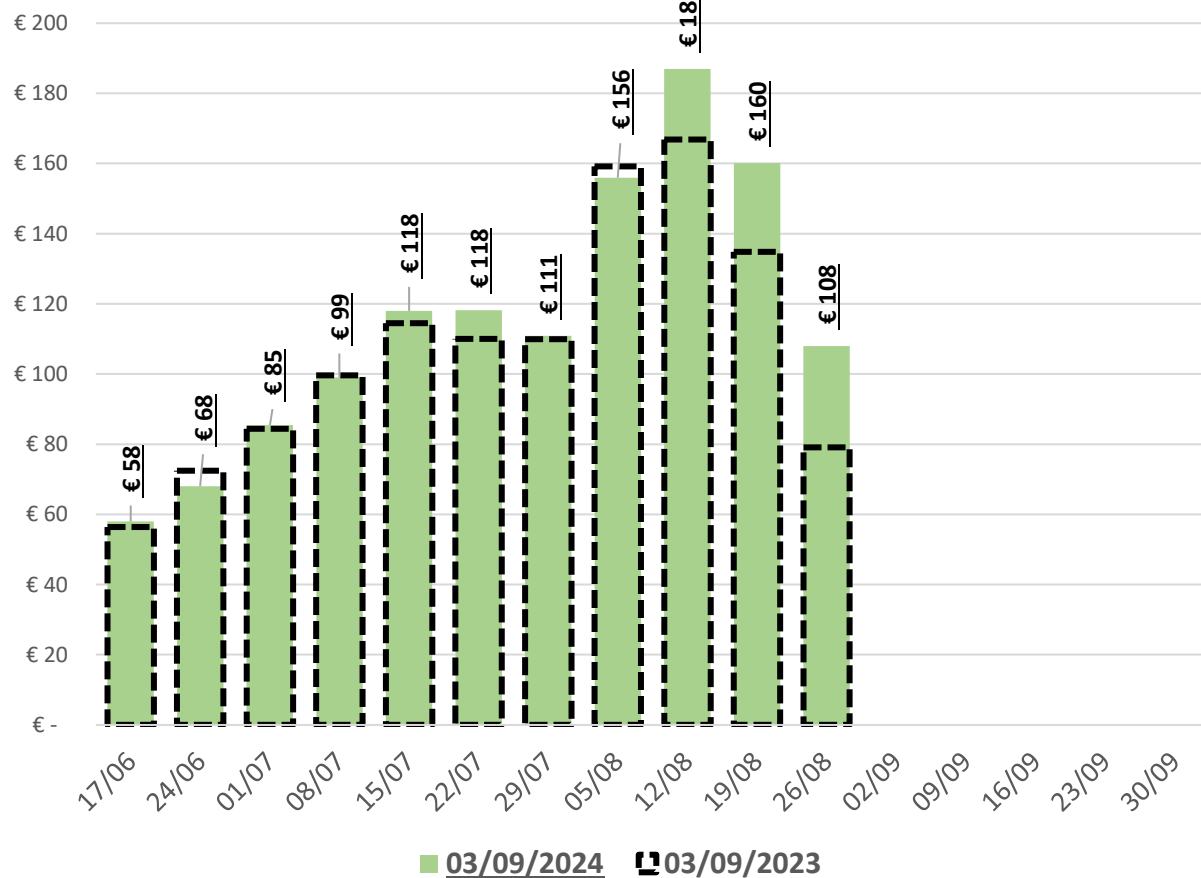




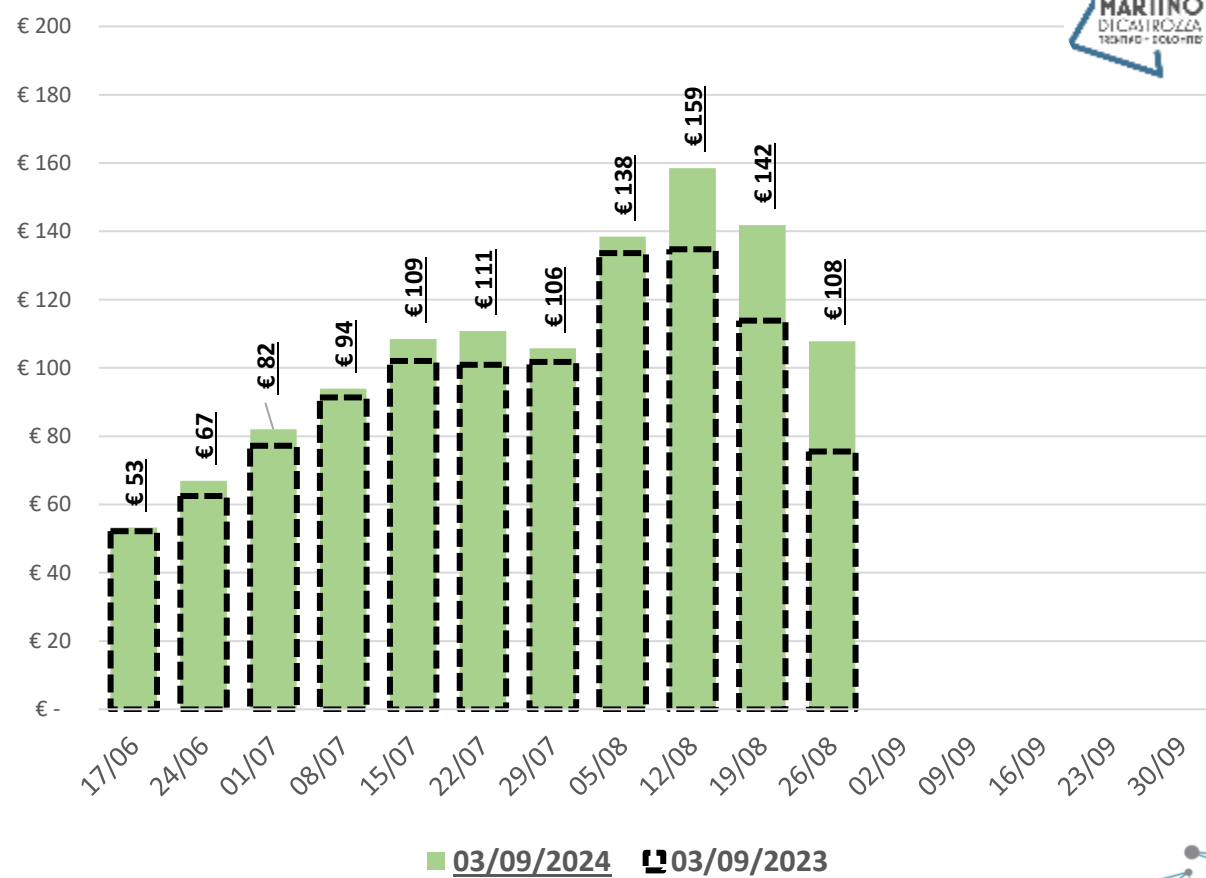
Hbenchmark | Revpar

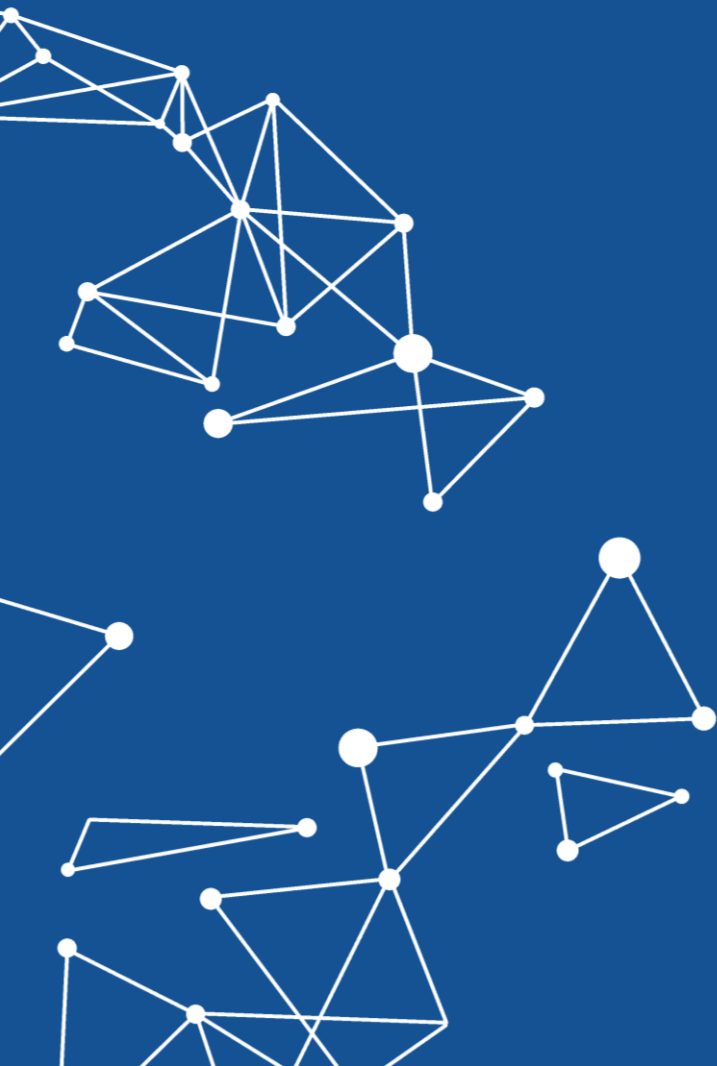
Estate (17 giugno - 05 ottobre)

Revpar | Trentino montagna



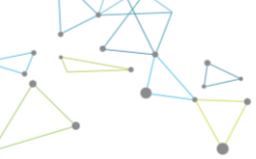
Revpar | Smart



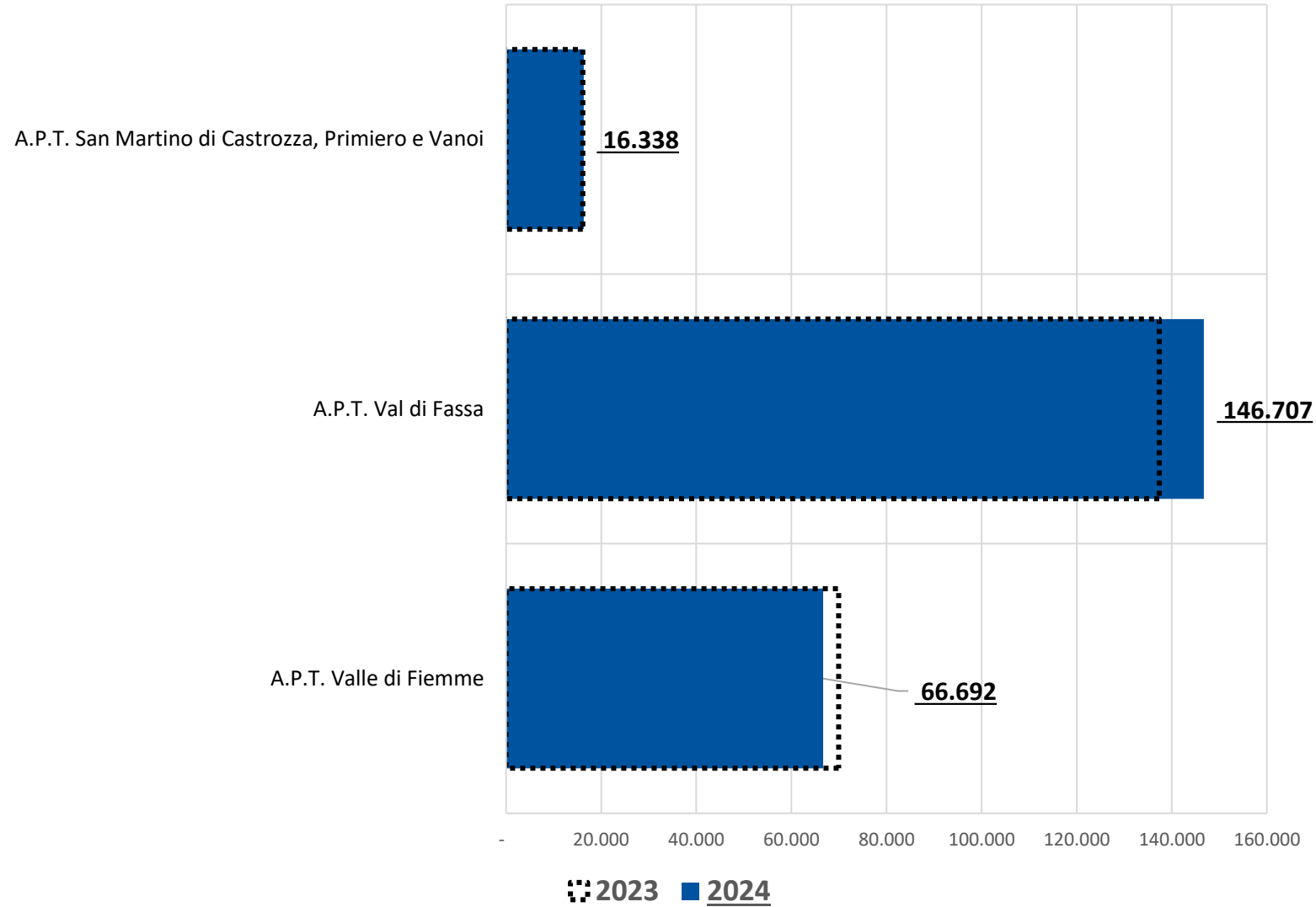
An abstract geometric pattern composed of white lines and dots of varying sizes, forming a network-like structure that extends from the left edge of the frame.

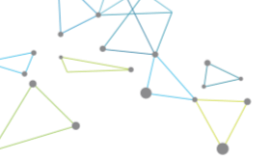
Trentino Guest Card

Estate



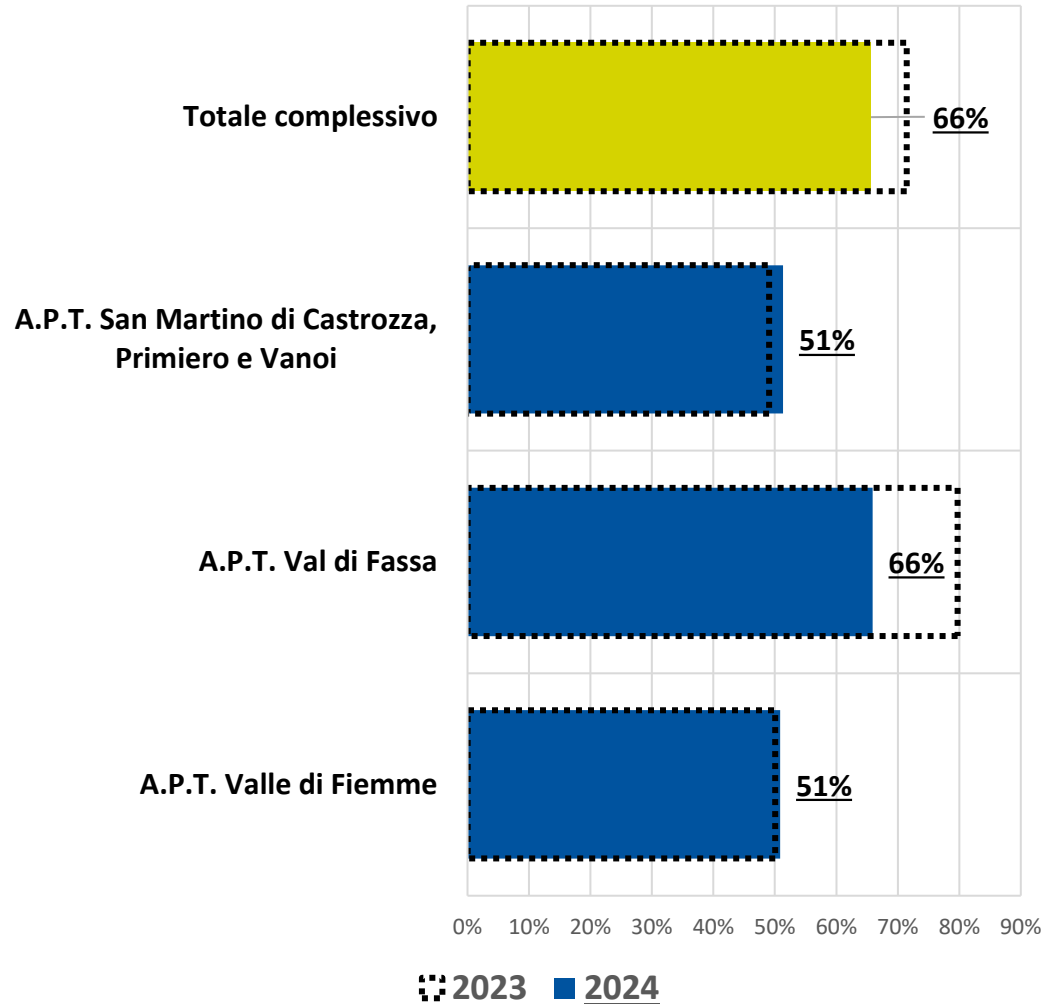
Guest Card I Ospiti con card Estate (15 giugno – 30 agosto)



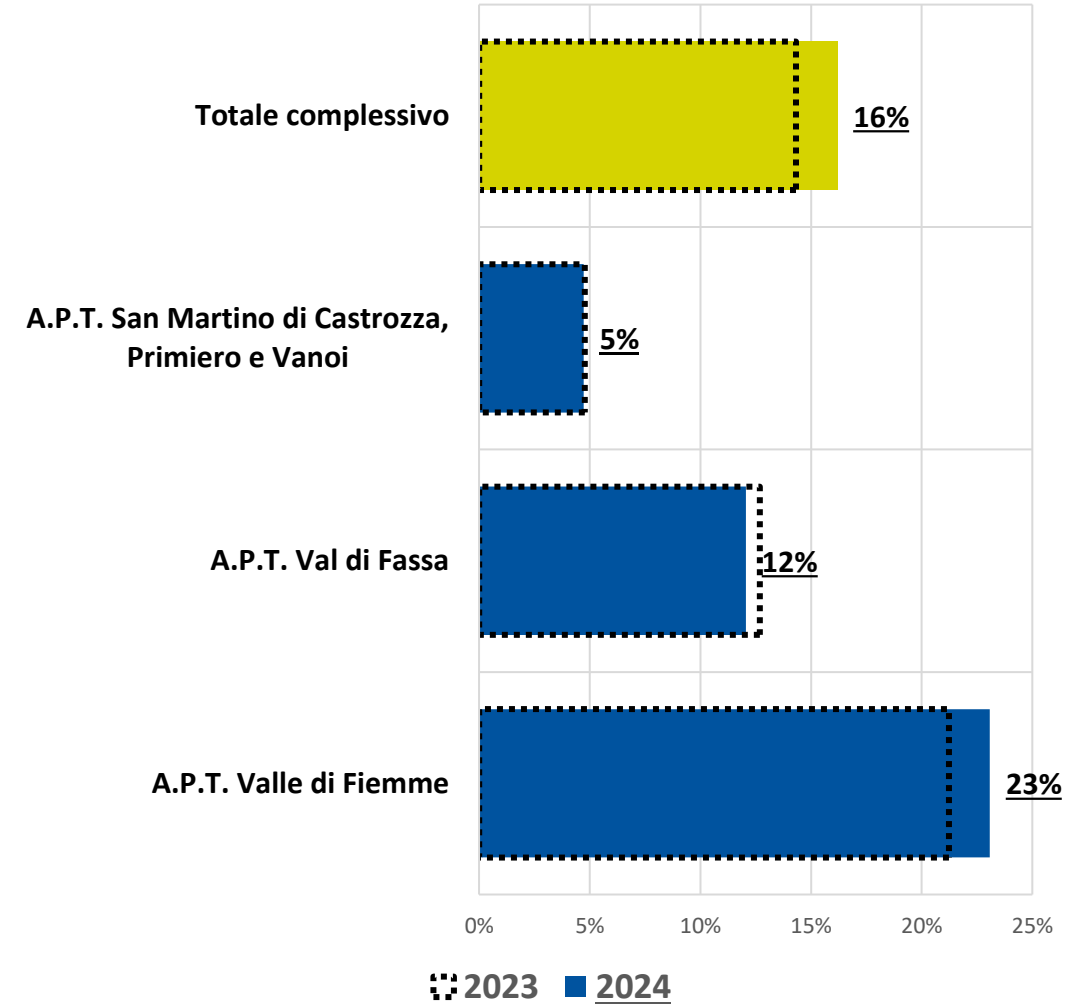


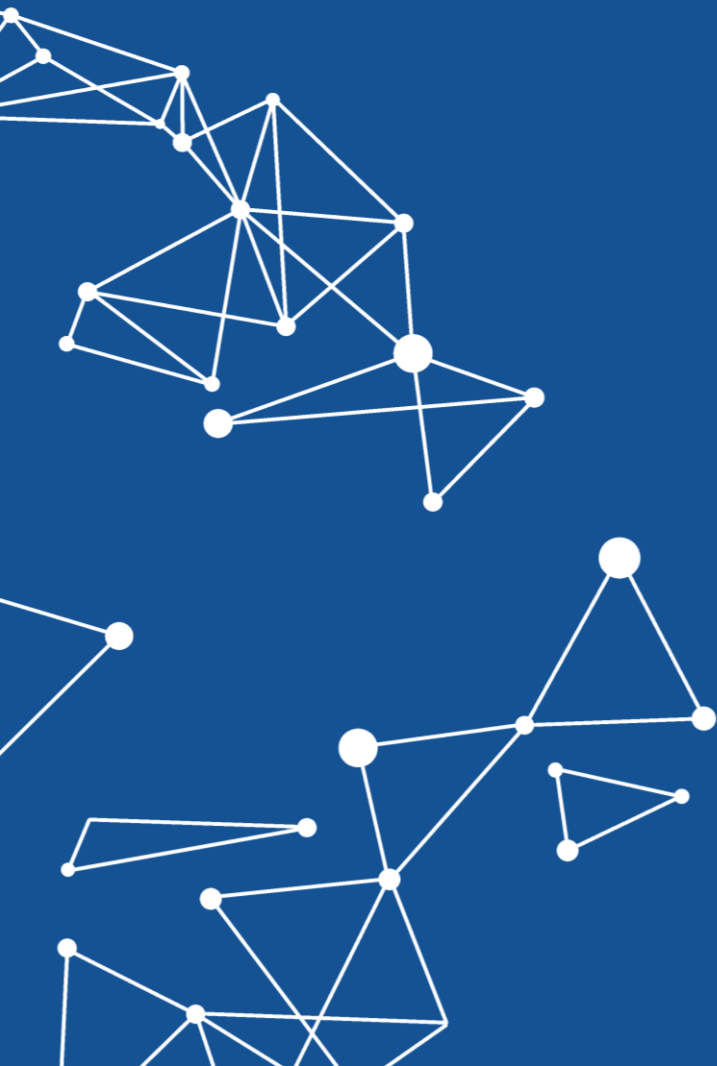
Guest Card | Card attivate digitalmente Estate (15 giugno – 30 agosto)

Card attivate via APP Mio Trentino



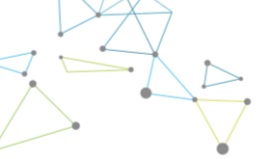
Card emesse via PMS





Data Appeal

Estate



Data Appeal Sentiment

Estate (17 giugno – 27 agosto) | Trentino



PERIODO
17/06/24 - 27/08/24

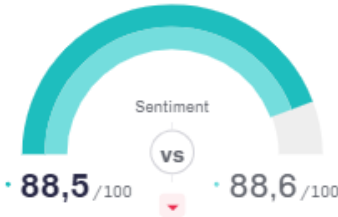
ARCE
Trentino

PERIODO A CONFRONTO
17/06/23 - 27/08/23

ARCE A CONFRONTO
Trentino

SENTIMENT

Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.



www.datappeal.io



PERIODO
17/06/24 - 27/08/24

ARCE
Trentino

PERIODO A CONFRONTO
17/06/23 - 27/08/23

ARCE A CONFRONTO
Trentino

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DELLE TRACCE DIGITALI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

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

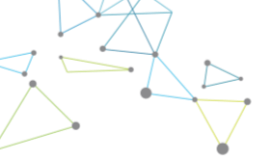


	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
Ricettività	51,7% 48,9%	99,7k 107,0k	88,3/100 88,1/100
Locali E Ristorazione	28,0% 30,7%	53,9k 70,0k	87,3/100 87,4/100
Attrazioni	10,8% 12,9%	20,9k 29,4k	92,4/100 92,4/100
Affitti Brevi	6,2% 6,2%	12,0k 14,2k	90,6/100 90,9/100
Trasporti	2,4% 2,4%	4,6k 5,5k	86,2/100 85,9/100
Intrattenimento	0,9% 1,0%	1,7k 2,2k	87,5/100 87,7/100



www.datappeal.io





Data Appeal Sentiment

Estate (17 giugno – 27 agosto) | Trentino



PERIODO
17/06/24 - 27/08/24

PERIODO A CONFRONTO
17/06/23 - 27/08/23

ARCE
Trentino

ARCE A CONFRONTO
Trentino

PERIODO
17/06/24 - 27/08/24

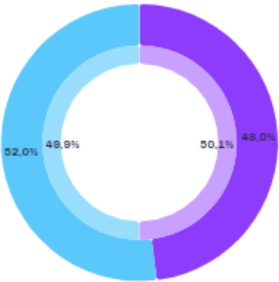
PERIODO A CONFRONTO
17/06/23 - 27/08/23

ARCE
Trentino

ARCE A CONFRONTO
Trentino

PROVENIENZA VIAGGIATORI

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.

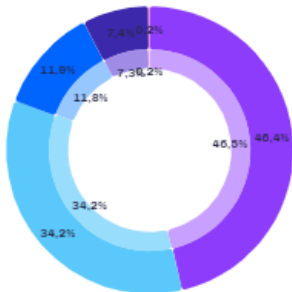


● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	▼ 48,0% 50,1%	▲ 86,9/100 86,7/100
Germania	▼ 18,7% 19,2%	▲ 86,5/100 86,4/100
Cechia	▲ 3,8% 3,8%	▲ 89,3/100 89,0/100
Polonia	▲ 3,7% 3,0%	▲ 90,6/100 90,4/100
Paesi Bassi	▲ 3,1% 3,0%	▲ 86,5/100 86,0/100

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



● Coppie ● Famiglie ● Amici/Gruppo
● Singolo ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
● Coppie	▼ 46,4% 46,5%	▲ 87,6/100 87,2/100
♥ Famiglie	▼ 34,2% 34,2%	▼ 87,9/100 88,0/100
● Amici/Gruppo	▲ 11,9% 11,8%	▲ 86,8/100 86,2/100
● Singolo	▲ 7,4% 7,3%	▼ 86,5/100 86,6/100
👤 Viaggio Di Lavoro	▼ 0,2% 0,2%	▼ 84,3/100 89,5/100

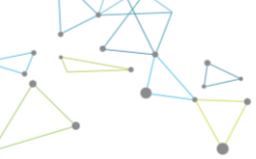


www.datappealio



www.datappealio





Data Appeal Sentiment

Estate (17 giugno – 27 agosto)



PERIODO
17/06/24 - 27/08/24

PERIODO A CONFRONTO
17/06/23 - 27/08/23

ARCC
APT San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi

ARCC A CONFRONTO
APT San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi

PERIODO
17/06/24 - 27/08/24

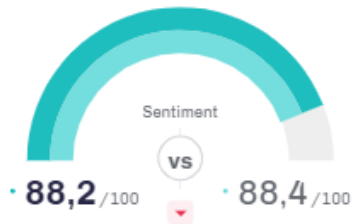
PERIODO A CONFRONTO
17/06/23 - 27/08/23

ARCC
APT San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi

ARCC A CONFRONTO
APT San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi

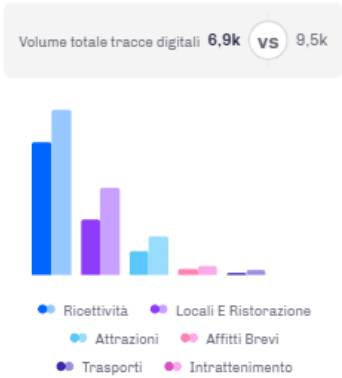
SENTIMENT

Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.



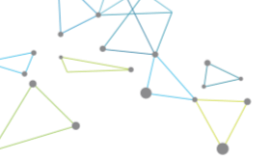
DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DELLE TRACCE DIGITALI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

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



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
Ricettività	59,2% 53,3%	4,1k 5,0k	87,8/100 87,7/100
Locali E Ristorazione	24,9% 28,5%	1,7k 2,7k	86,6/100 86,8/100
Attrazioni	11,0% 12,9%	755 1,2k	92,5/100 94,0/100
Affitti Brevi	3,1% 3,1%	211 292	91,6/100 94,0/100
Trasporti	1,3% 2,1%	92 195	88,4/100 85,1/100
Intrattenimento	0,4% 0,2%	27 20	92,4/100 88,5/100





Data Appeal Sentiment

Estate (17 giugno – 27 agosto)



PERIODO
17/06/24 - 27/08/24

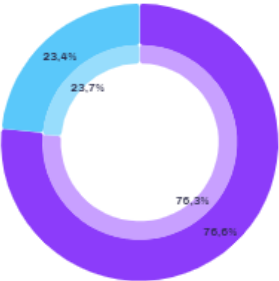
ARCC
APT San Martino di Castrozza,
Primiero e Vanoi

PERIODO A CONFRONTO
17/06/23 - 27/08/23

ARCC A CONFRONTO
APT San Martino di Castrozza,
Primiero e Vanoi

PROVENIENZA VIAGGIATORI

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	▲ 76,6% 76,3%	▲ 85,3/100 84,7/100
Germania	▼ 5,0% 5,2%	▼ 84,0/100 84,1/100
Paesi Bassi	▲ 2,1% 2,0%	▲ 84,9/100 81,7/100
Cechia	▼ 1,3% 1,3%	▼ 82,2/100 84,4/100
Regno Unito	▼ 1,3% 1,5%	▲ 87,3/100 86,9/100

PERIODO
17/06/24 - 27/08/24

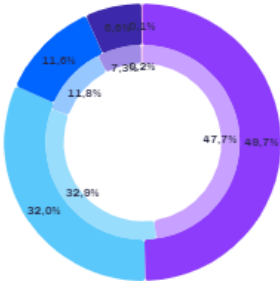
ARCC
APT San Martino di Castrozza,
Primiero e Vanoi

PERIODO A CONFRONTO
17/06/23 - 27/08/23

ARCC A CONFRONTO
APT San Martino di Castrozza,
Primiero e Vanoi

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



● Coppie ● Famiglie ● Amici/Gruppo
● Singolo ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
● Coppie	▲ 49,7% 47,7%	▲ 86,3/100 85,1/100
♥ Famiglie	▼ 32,0% 32,9%	▲ 87,4/100 87,3/100
● Amici/Gruppo	▼ 11,6% 11,8%	▼ 84,3/100 84,5/100
👤 Singolo	▼ 6,6% 7,3%	▼ 85,8/100 87,3/100
👔 Viaggio Di Lavoro	▼ 0,1% 0,2%	▼ 95,6/100 97,1/100



Biweekly Report

San Martino di Castrozza

03.09.2024

Elaborazioni a cura di Trentino Marketing | Area ATA & Destination Development