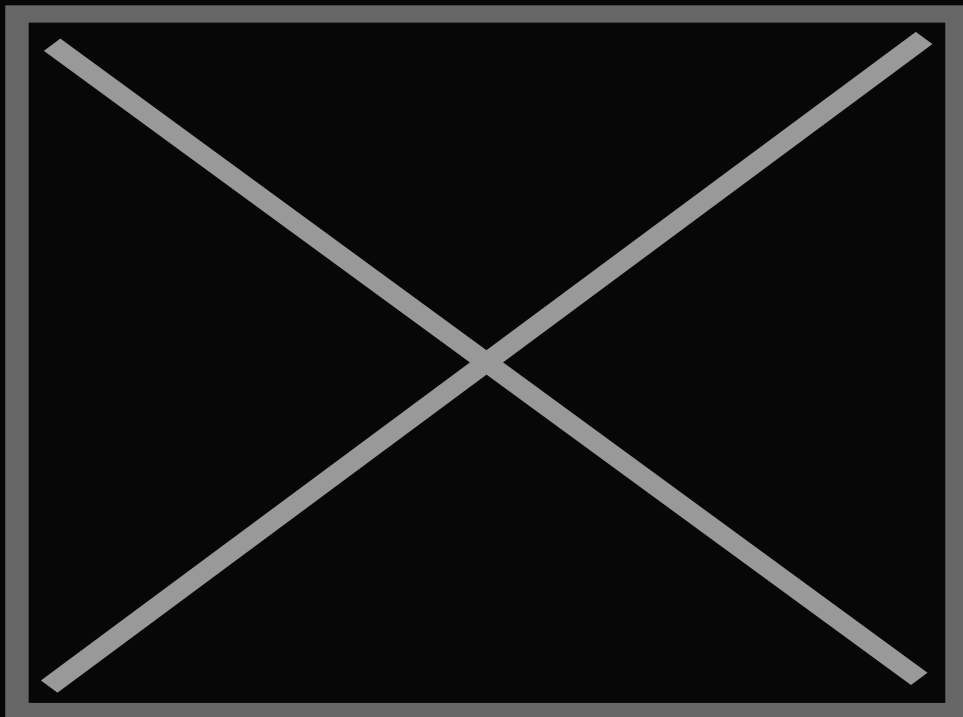
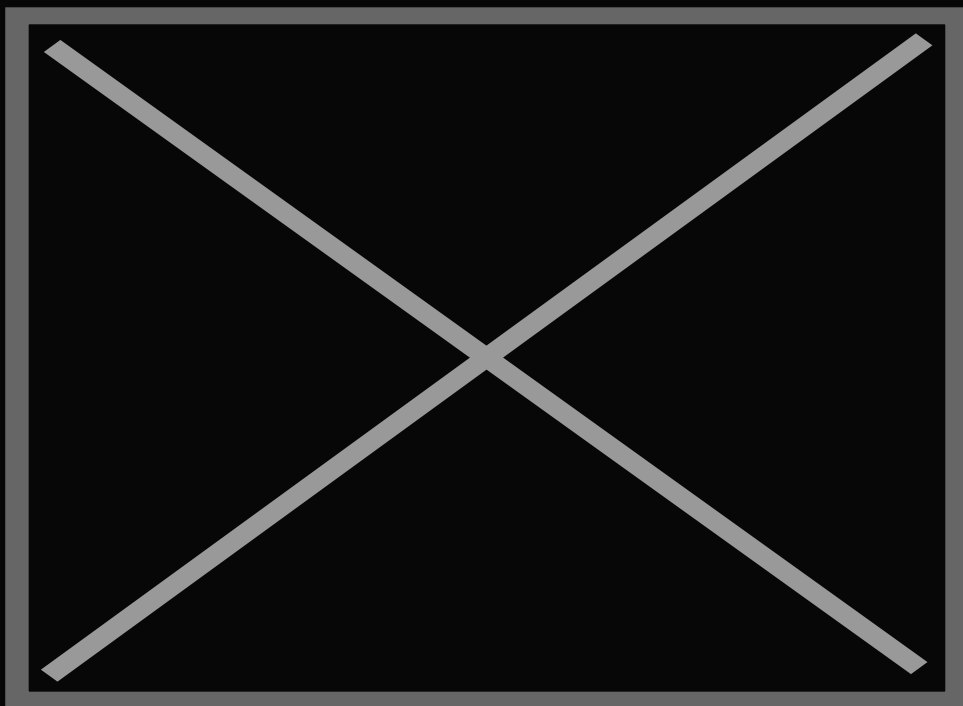


Sulla bocca di tutti: recensioni online e sentiment degli utenti

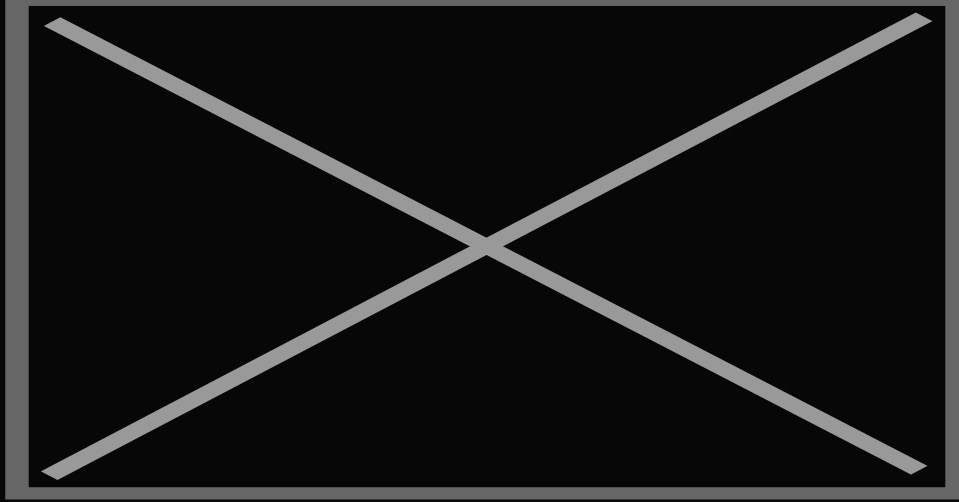
Se oggi più che mai ristorazione fa rima con recensione, mettiamoci però l'animo in pace: la pratica di descrivere e valutare il cibo non è usanza recente. Un esempio per tutti? Prendiamo Erodoto, allora, che nelle sue Storie ci racconta della grande passione dei Persiani per il vino, della farina di pesce essiccata utilizzata dai Babilonesi o della carne bollita imbandita spesso sulle tavole egiziane. Certo rispetto al V secolo a.C. oggi una differenza abissale c'è, non nascondiamocelo: la presenza pervasiva di internet e la conseguente possibilità di diffondere in tempo reale on line le proprie opinioni su un cibo, un ristorante, un locale. Per questo oggi quello delle recensioni è un tema caldo cui gli esercenti sono particolarmente sensibili, a causa delle dimensioni che il fenomeno sta acquistando. Infatti – come ci rivela Travel Appeal – nel 2018, l'85% dei ristoranti rilevati online in Italia è stato recensito almeno una volta dagli ospiti, e non basta: le recensioni sono cresciute del 44% rispetto all'anno precedente (+22% quelle lasciate da ospiti stranieri). Dall'analisi emerge che Google, con un dinamicissimo +114%, traina questa crescita nel 2018, erodendo un po' di quote a TripAdvisor, che infatti cala del 17%, ma che recupera con The-Fork (della stessa famiglia) che ha al suo attivo +102% di recensioni rispetto al 2017.



E in termini di soddisfazione? Gli utenti danno un riscontro positivo pari all'85,5% e per gli stranieri va ancora meglio: 86,4%.

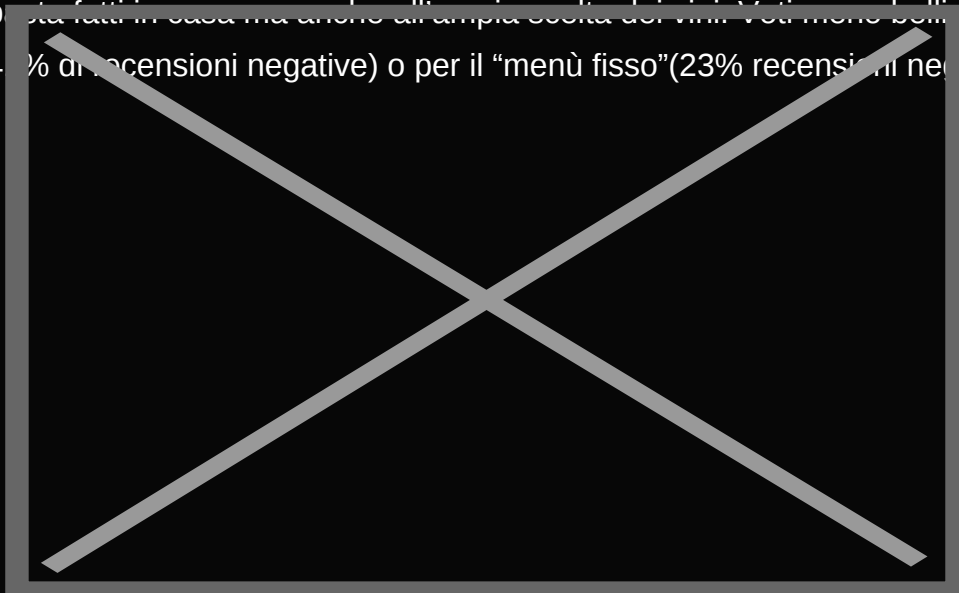


Di qualità del cibo si parla parecchio, tanto che l'argomento raccoglie in media il 40% delle opinioni complessive con un sentiment positivo medio dell'86,6% (in lieve crescita rispetto al passato) con il valore più basso nel Lazio (85,1%) e quello più alto in Umbria (88,3).



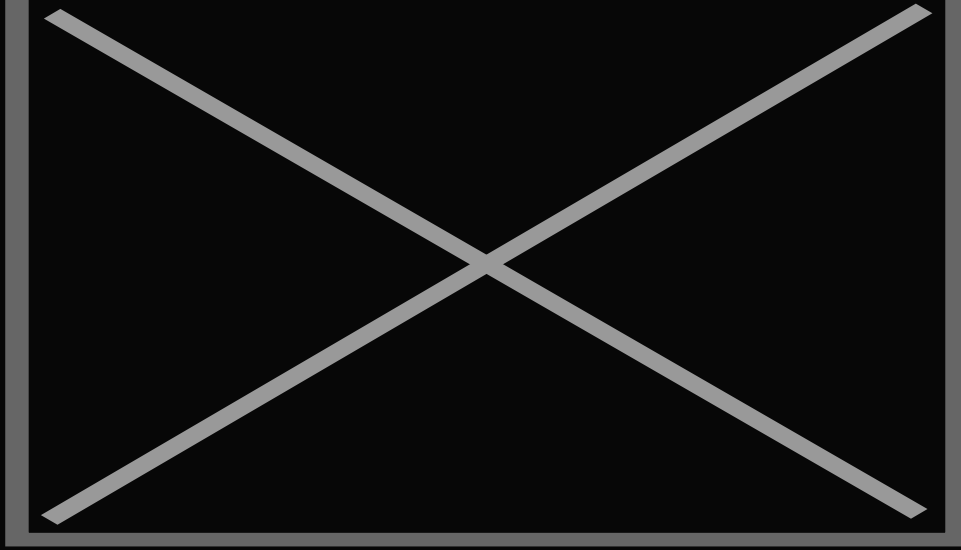
Ma quali sono gli elementi

capaci di generare opinioni positive? Beh, voti alti (parliamo di citazioni a 4-5 stelle) vanno a dolci e pasta fatti in casa ma anche all'ampia scelta dei vini. Voti meno belli invece, per il cibo senza glutine (41% di recensioni negative) o per il "menù fisso" (23% recensioni negative).

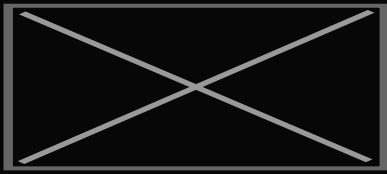


Infine uno sguardo al comparto

ricettivo dell'ospitalità: anche in questo caso il sentiment è positivo per l'86,4%. Si parla specialmente di colazione, molto apprezzata (91%) per la sua abbondanza.



METODOLOGIA



Travel Appeal ha raccolto e monitorato la presenza digitale di ristoranti, strutture ricettive e attività ed esperienze attraverso l'analisi dei siti di recensioni e di vendita più diffusi in Italia come TripAdvisor, Booking.com, Google, Viator, Airbnb ed altri. L'analisi delle opinioni si è basata su 17 milioni di recensioni online.