



Be the first to know



La Reputazione nell'area Lariana

Erba, 7 Giugno 2026

Lario Fiere



Il trend

Il viaggio come bene di prima necessità

*“Il viaggio sta diventando una
necessità, da occasione speciale a
esperienza regolare dove l’emozione
conta più di ogni altra cosa”
(Google and Alvarez&Marsal)*



Il Contesto

Turismo, un cambio di sistema

I turisti digitali stanno cambiando la domanda e le aspettative

1,6B

43%

+64%

Accesso ai viaggi

+20% della popolazione mondiale avrà accesso ai viaggi

Vibe come driver

Da Turismo dei luoghi a turismo delle emozioni

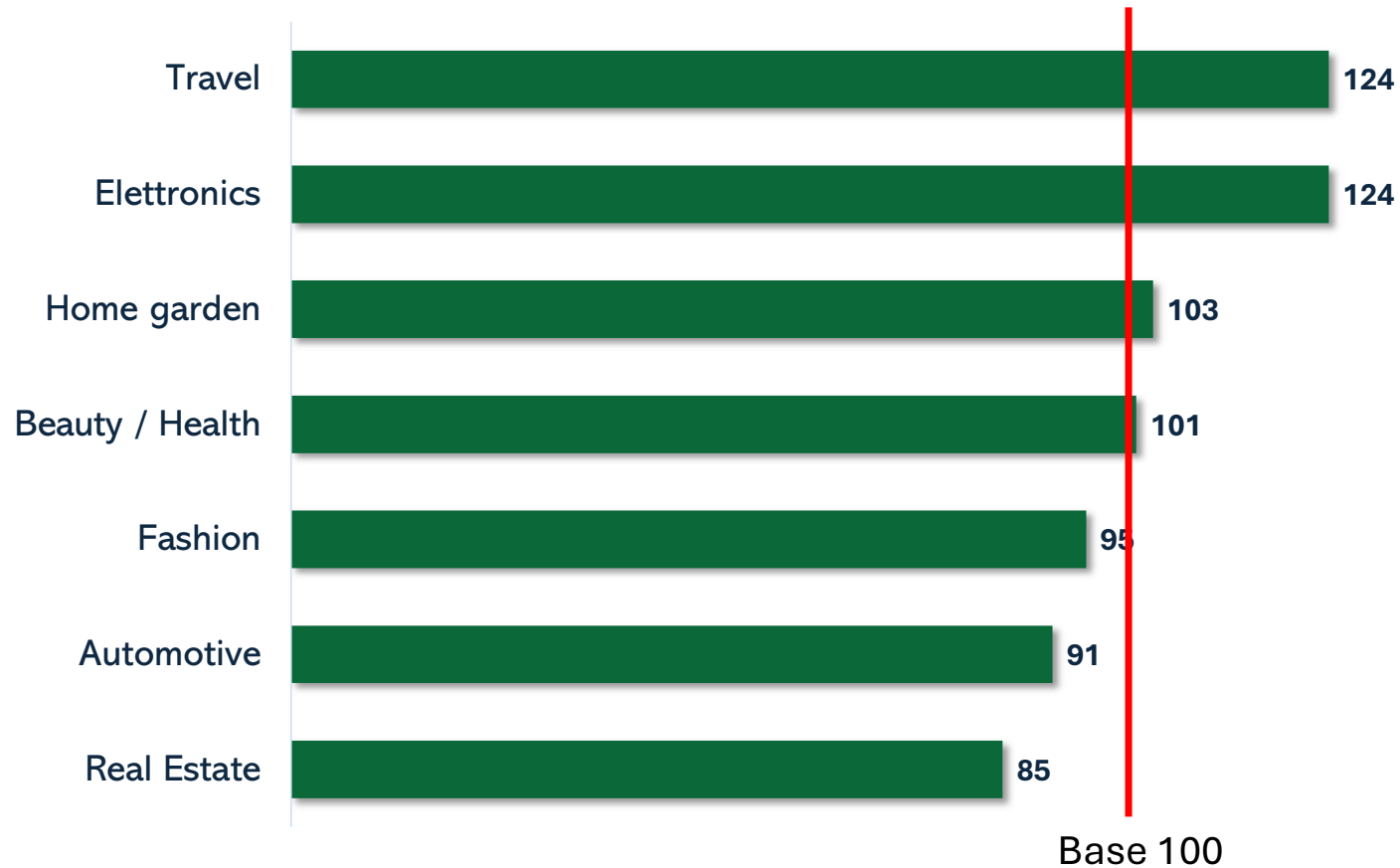
AI nel processo decisionale

Da economia della ricerca a economia delle domande

Il settore sta profondamente cambiando.



Travel e Electronics sono i due settori dove le recensioni impattano maggiormente sulle vendite

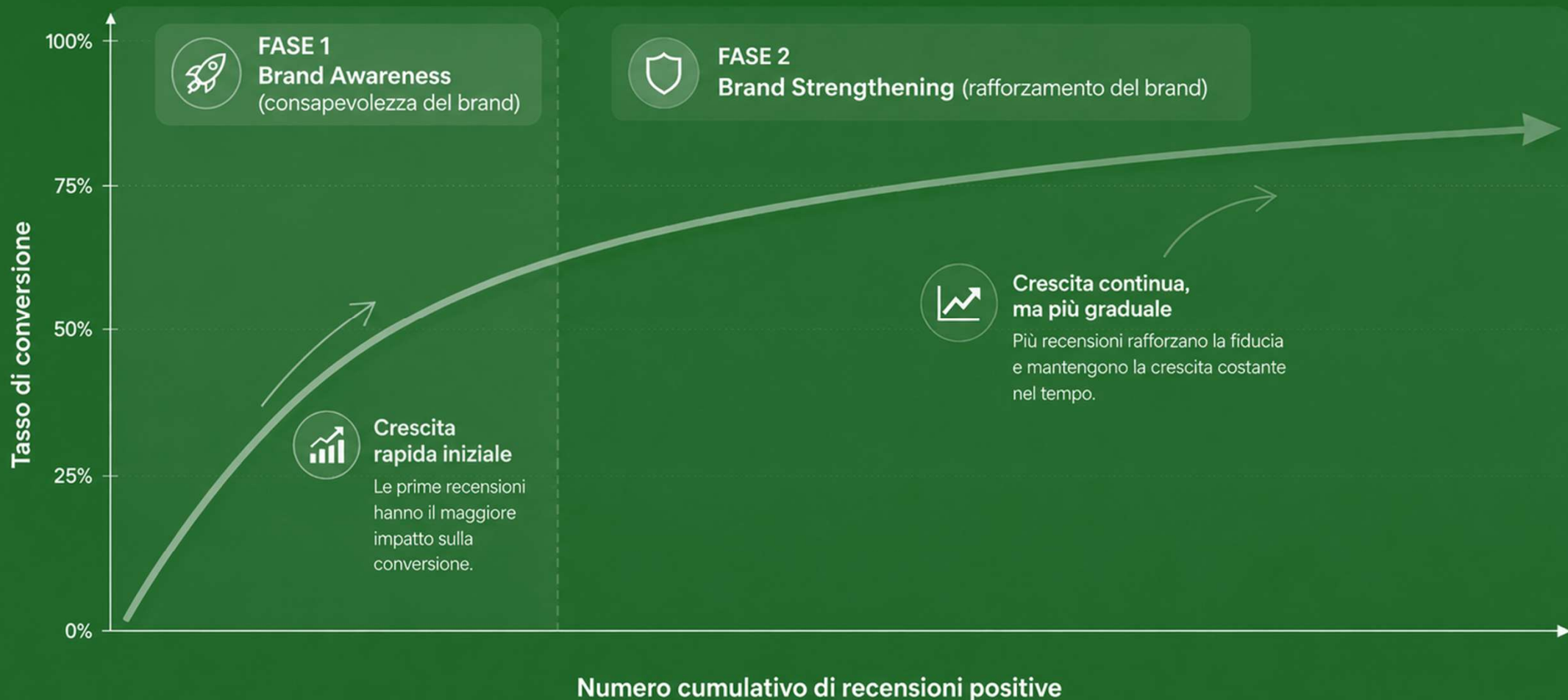


N.B.: valori indicizzati rispetto media base 100

Come il numero di recensioni impatta il tasso di conversione



Più recensioni positive aumentano fiducia, visibilità e prenotazioni



 Conversione = numero di prenotazioni / numero di contatti



“Reputation Is King”



A parità di prezzo, **sono 3,9 volte di più i clienti che preferiscono un hotel con una reputazione maggiore**

Il 76% dei clienti è disposto a pagare prezzi più alti per hotel di «qualità/reputazione» più alta

Per un «solo» 5% di incremento di reputazione, i clienti sono disposti a spendere anche fino al 10% in più. Per valori di reputazione maggiori, la disponibilità a spendere aumenta ancora di più

La reputazione è il principale fattore decisionale nella scelta di una struttura ricettiva da parte del turista

“Reputation Management”: la nuova “revenue management”



Fonte: Analisi IODAH su ca. 2.000 strutture alberghiere. Prezzi camere hotel in funzione della categoria e della reputazione. Valori indicizzati



Perchè IODAH

IODAH: Il Cambio di Passo

Non basta ottimizzare il vecchio modello. Bisogna adottare nuove modalità di operare
IODAH è la prima piattaforma AI-powered All-inclusive che permette la gestione delle performance in un'unica intelligenza condivisa.



AI-powered

Seleziona, istruisce e verticalizza i migliori LLM e strumenti agentic per portarti nel **turismo del futuro oggi**.
Niente più 'sentimenti', ma dati scientifici ed informazioni precise su cui agire



Visione Olistica

Viste incrociate e analisi correlate di diversi KPI per permettere la reale **comprensione** dei fenomeni in atto e la **gestione delle performance**



Copertura Globale

Raccolta dei dati per **qualunque destinazione al mondo** con dettagli per singola struttura e aggregate per gruppi e catene

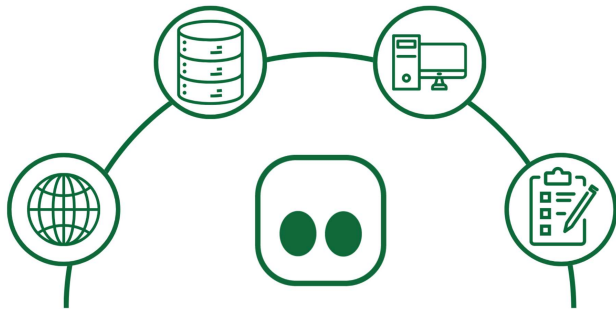


Come funziona

IODAH (Intelligence On Destination And Hospitality) AI-powered Decision Intelligence[©]

COLLECT

Segnale da molteplici fonti
Extended Data Lake



UNDERSTAND

Statistical Models per trasformare i
dati in informazioni azionabili



ACTIVATE

AI Engines & Agents per
rafforzare i processi decisionali



Profilazione della domanda: flussi, nazioni e segmenti



Prov. COMO + LECCO	2024		2025		Var.
	Top 6 paesi	Arrivi	Top 6 paesi	Arrivi	
	Germania	305.416	Germania	340.818	↑
	USA	294.669	USA	287.504	↓
	Francia	189.257	Francia	213.695	↑
	UK	132.216	UK	140.068	↑
	Svizzera	122.667	Svizzera	135.492	↑
	Polonia	60.768	Polonia	78.783	↑
	Segmento	Peso %	Segmento	Peso %	
	Coppia	48,09%	Coppia	46,76%	↓
	Famiglia	29,09%	Famiglia	29,33%	↑
	Gruppo	14,47%	Gruppo	15,05%	↑
	Viaggiatore singolo	8,35%	Viaggiatore singolo	8,87%	↑

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Lombardia | Piattaforma IODAH

Operatori economici

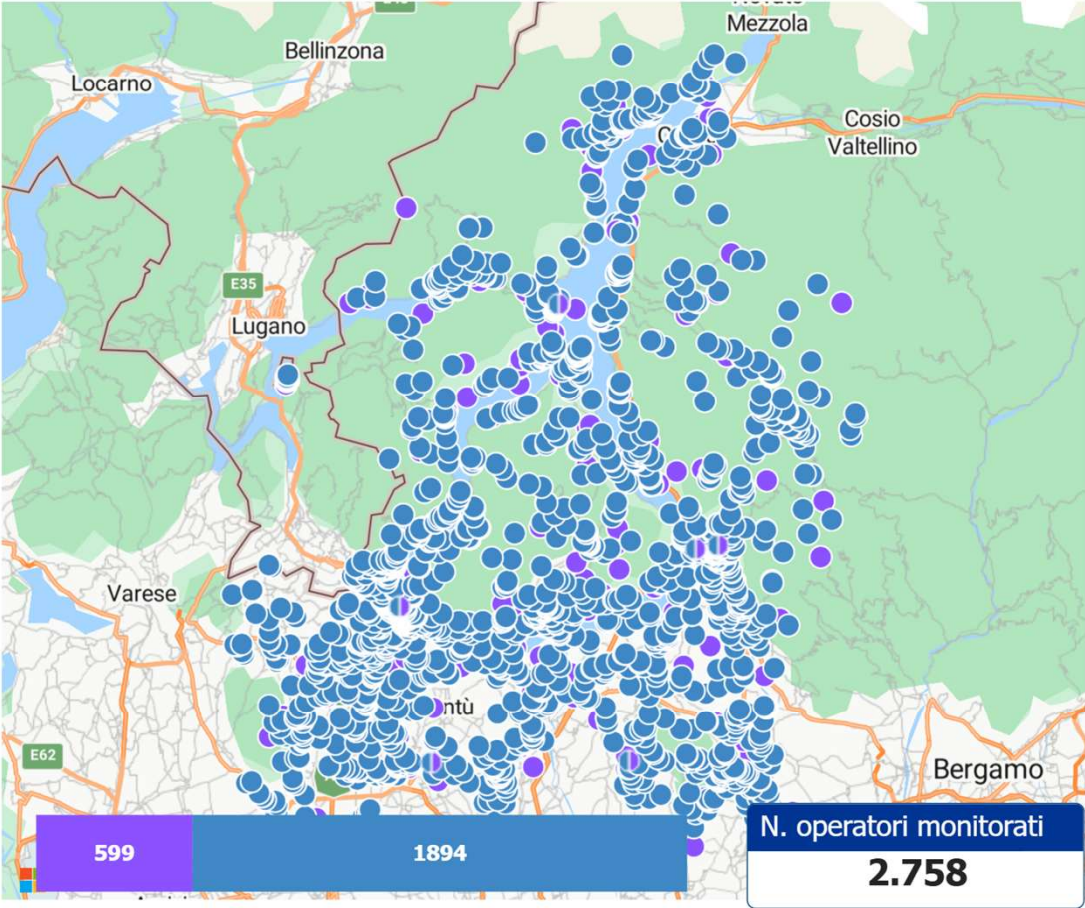
N. operatori monitorati
6.503

Provincia
Tutte

Distretti
Tutte

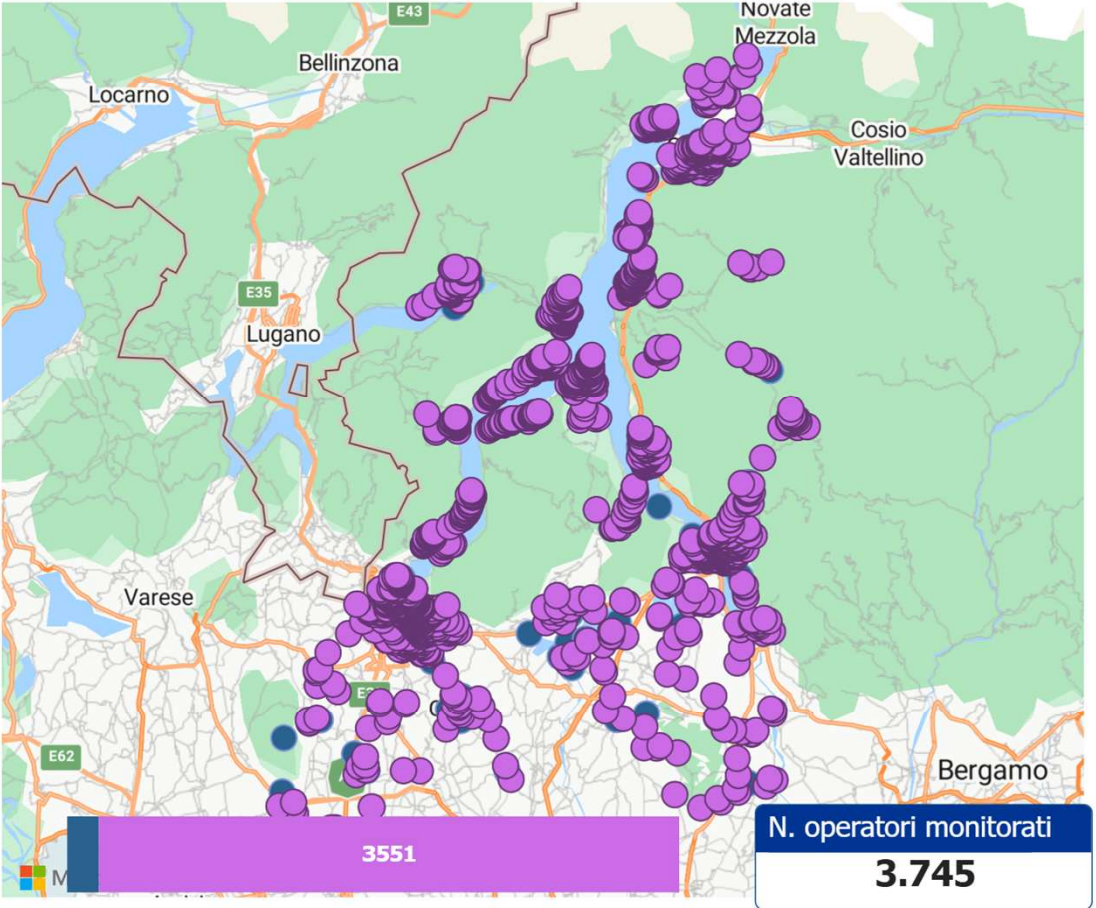
Esperienze

● Attrazioni ● Ristoranti



Ricettività

● Alberghiero ● Extra-alberghiero



Reputation Score Complessivo



Pregevole

Recensioni
643.349

N. Operatori
4.625



Attrazioni

Recensioni
65.504
N. Operatori
550



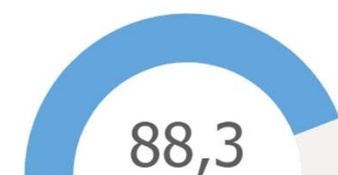
Enogastronomia

Recensioni
202.339
N. Operatori
1.214



Ricettività

Recensioni
364.101
N. Operatori
2.771



Il «Reputation Score Complessivo» dell'Area Lariana è di 85,0/100, in aumento di 0,2 rispetto al 2025, grazie soprattutto grazie al miglioramento dei settori Attrazioni/Experience e Ospitalità

Enogastronomia ancora indietro

Le “experience” legate al territorio sono le più numerose e più apprezzate



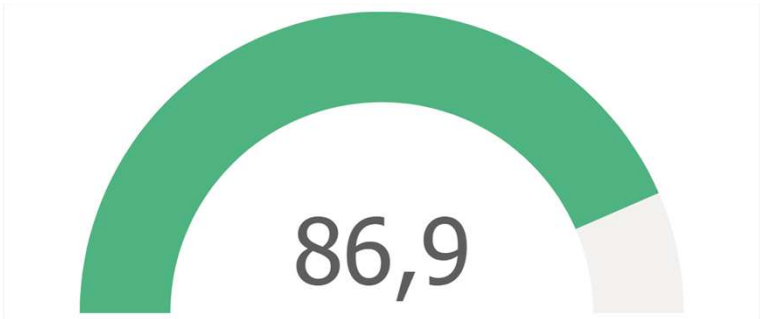
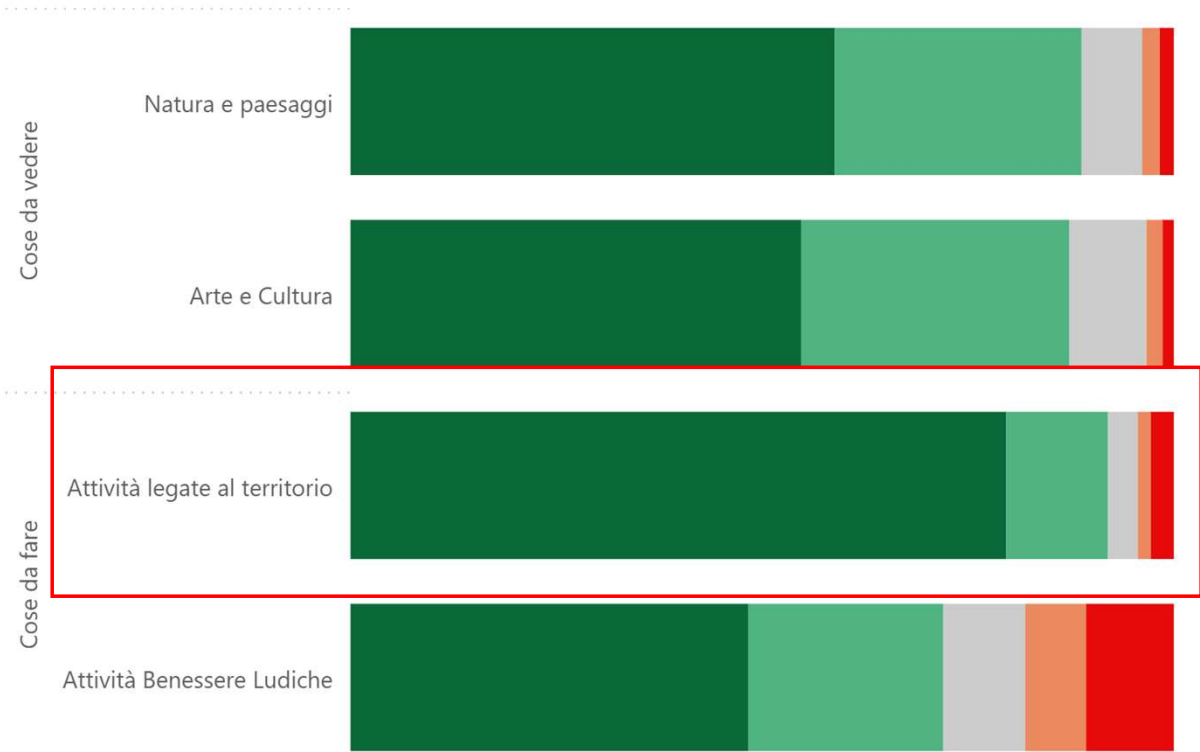
Cose da fare			
Escursioni in barca 14,4%	Tour nella natura 6,0%	Intrattenimento ...	Enoturismo 4,...
	Tour generici 4,7%	Sport e adrenalina...	Bike tour 2,2...
	Attività sul lago 4,3%	Benessere 2,7%	Intrattenime...
	Shopping 8,8%		
Cose da vedere			
Monumenti e siti 28,0%		Natura 7,7%	Musei 5,0%
		Belvedere 1,8%	

MacroTypology	Reputation Score	N. di Recensioni	N. di Attrazioni
Cose da fare	89,0	30.874	317
Attività legate al territorio	91,4	25.155	224
Escursioni in barca	95,7	9.902	81
Tour nella natura	88,6	1.556	28
Attività sul lago	78,1	2.380	25
Tour generici	92,8	2.977	25
Enoturismo	93,5	1.763	22
Sport e adrenalina	93,0	3.836	21
Bike tour	93,2	1.457	13
Tour culturali	82,7	1.284	9
Attività Benessere Ludiche	83,2	5.719	93
Shopping	83,7	1.830	47
Intrattenimento diurno	84,5	1.214	26
Benessere	83,9	2.265	15
Intrattenimento serale	70,8	410	5
Cose da vedere	84,1	34.630	233
Arte e Cultura	83,7	21.340	182
Monumenti e siti	83,6	18.730	153
Musei	84,4	2.610	29
Natura e paesaggi	85,6	13.290	51
Natura	85,4	11.970	40
Belvedere	86,5	1.320	11
Totale	86,9	65.504	550

Alto gradimento per tutte le attrazioni e per la maggior parte degli operatori

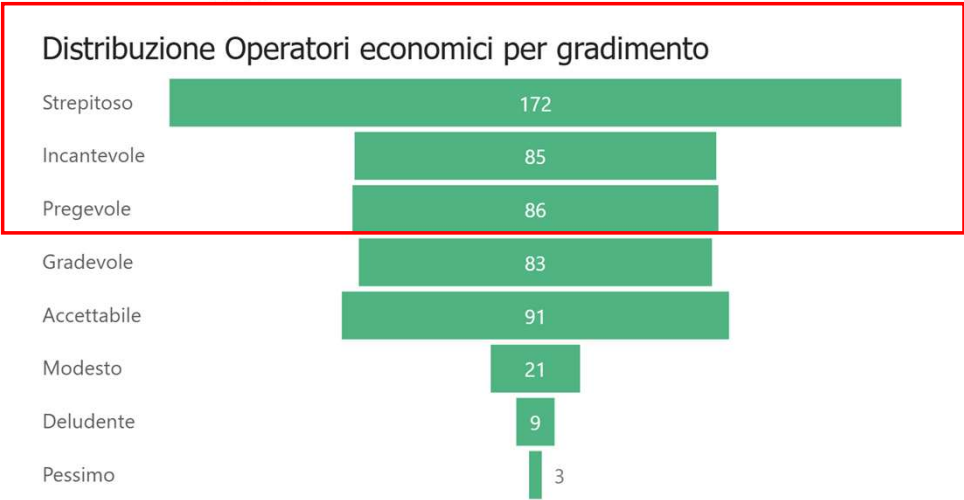


● Molto Positivo ● Positivo ● Neutro ● Negativo ● Molto Negativo

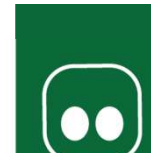


N. di operatori
550

N. di recensioni
65.504



Principali Attrazioni



DA VEDERE

Nome	Categoria	Città	Immagine	N di Reviews	Score	Award
Lago di Como	Natura	Como		1.930	90,0	Travelers Choice
Villa Carlotta	Natura	Tremezzina		3.456	92,0	Travelers Choice
Villa Del Balbianello	Monumenti e siti	Tremezzina		3.622	94,0	Travelers Choice
Villa Monastero	Monumenti e siti	Varenna		1.517	90,0	Travelers Choice
Abbazia di Piona	Monumenti e siti	Colico		677	86,0	
Abbazia San Pietro al Monte	Monumenti e siti	Civate		269	94,0	
Antiche Miniere Piani Resinelli	Monumenti e siti	Abbadia Lariana		69	84,0	

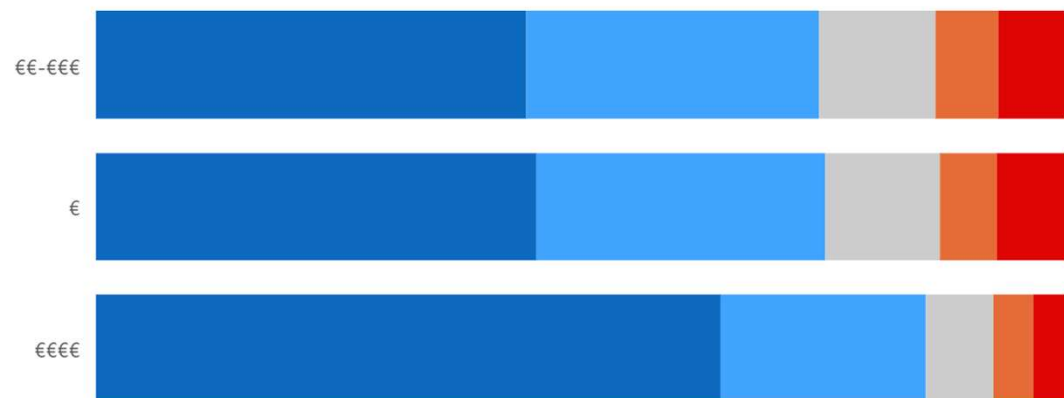
DA FARE

Nome	Categoria	Città	Immagine	N di Reviews	Score	Award
Aero Club Monte Cornizzolo	Tour generici	Suello		334	98,0	Travelers Choice
Boat Hire Bellagio	Escursioni in barca	Bellagio		168	100,0	Travelers Choice
Driver Como	Intrattenimento diurno	Como		151	94,0	Travelers Choice
JASI Como Lake Boat Tour	Escursioni in barca	Como		61	100,0	Travelers Choice
Jungle Raider Park	Sport e adrenalina	Albavilla		536	96,0	Travelers Choice
Lake Como Transfers	Tour generici	Menaggio		265	100,0	Travelers Choice
Scuola Nautica Gini	Sport e adrenalina	Domaso		887	100,0	Travelers Choice

Buona polarità nella fascia alta, opportunità di miglioramento nei segmenti medio e budget, sia per offerta nazionale che internazionale



● Molto Positivo ● Positivo ● Neutro ● Negativo ● Molto Negativo



● Molto Positivo ● Positivo ● Neutro ● Negativo ● Molto Negativo



Bassi valori nei livelli di Servizio e rapporto QualitàPrezzo. Cucina 'internazionale' poco apprezzata a Como



KPI RISTORAZIONE AREA LARIANA

MacroTypology	Cucina	Servizio	Atmosfera	QualitàPrezzo
Casual eating	78,60	77,59	80,32	76,85
Cucina internazionale	78,70	77,00	75,92	76,27
Cucina italiana	80,69	79,46	79,13	77,71
Totale	80,19	78,94	78,90	77,44

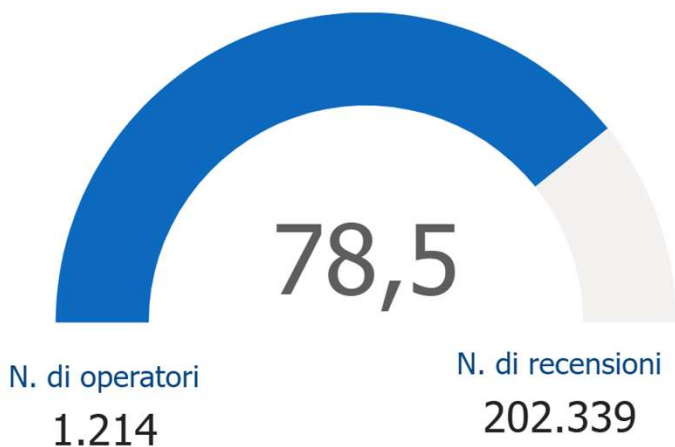
KPI RISTORAZIONE COMO

MacroTypology	Cucina	Servizio	Atmosfera	QualitàPrezzo
Casual eating	78,69	79,18	80,67	77,10
Cucina internazionale	76,65	75,02	75,34	74,47
Cucina italiana	81,05	80,13	79,28	78,37
Totale	80,22	79,38	78,90	77,73

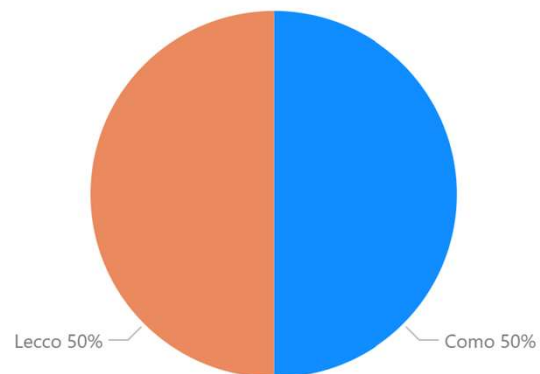
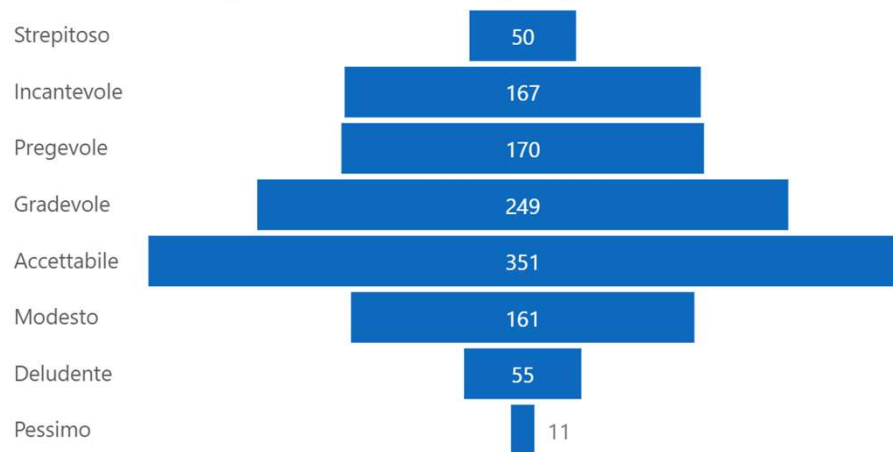
KPI RISTORAZIONE LECCO

MacroTypology	Cucina	Servizio	Atmosfera	QualitàPrezzo
Casual eating	78,54	76,55	80,11	76,69
Cucina internazionale	80,90	79,10	76,58	78,17
Cucina italiana	80,40	78,90	79,00	77,17
Totale	80,17	78,57	78,90	77,20

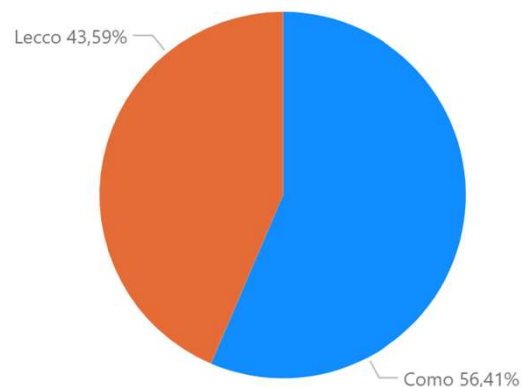
Ancora poche le eccellenze



Distribuzione Operatori economici per gradimento



10 Riconoscimenti
Guida Michelin



39 Riconoscimenti
Travellers' Choice

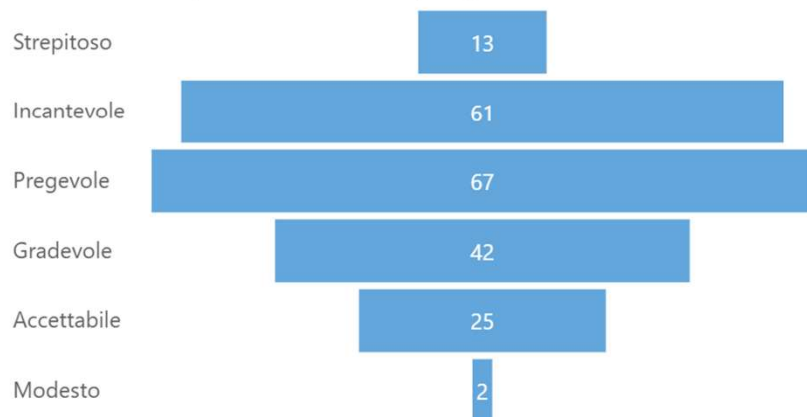
Ospitalità: Alberghiera Vs Extra-alberghiera



Hospitality Reputation Index - Alberghiero



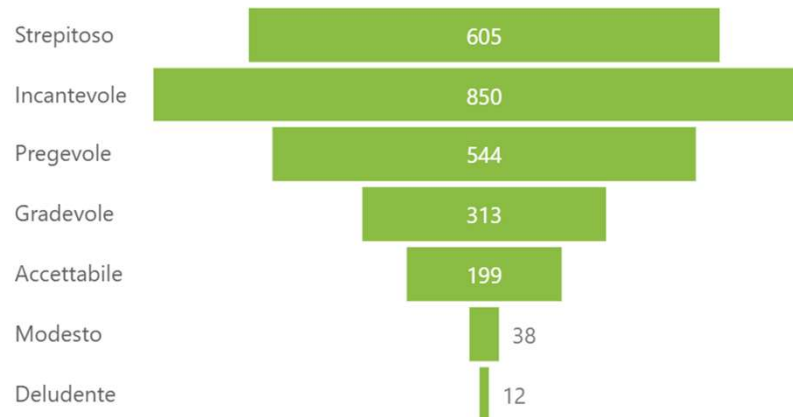
Distribuzione Operatori economici per gradimento



Hospitality Reputation Index - Extra Alberghiero



Distribuzione Operatori economici per gradimento



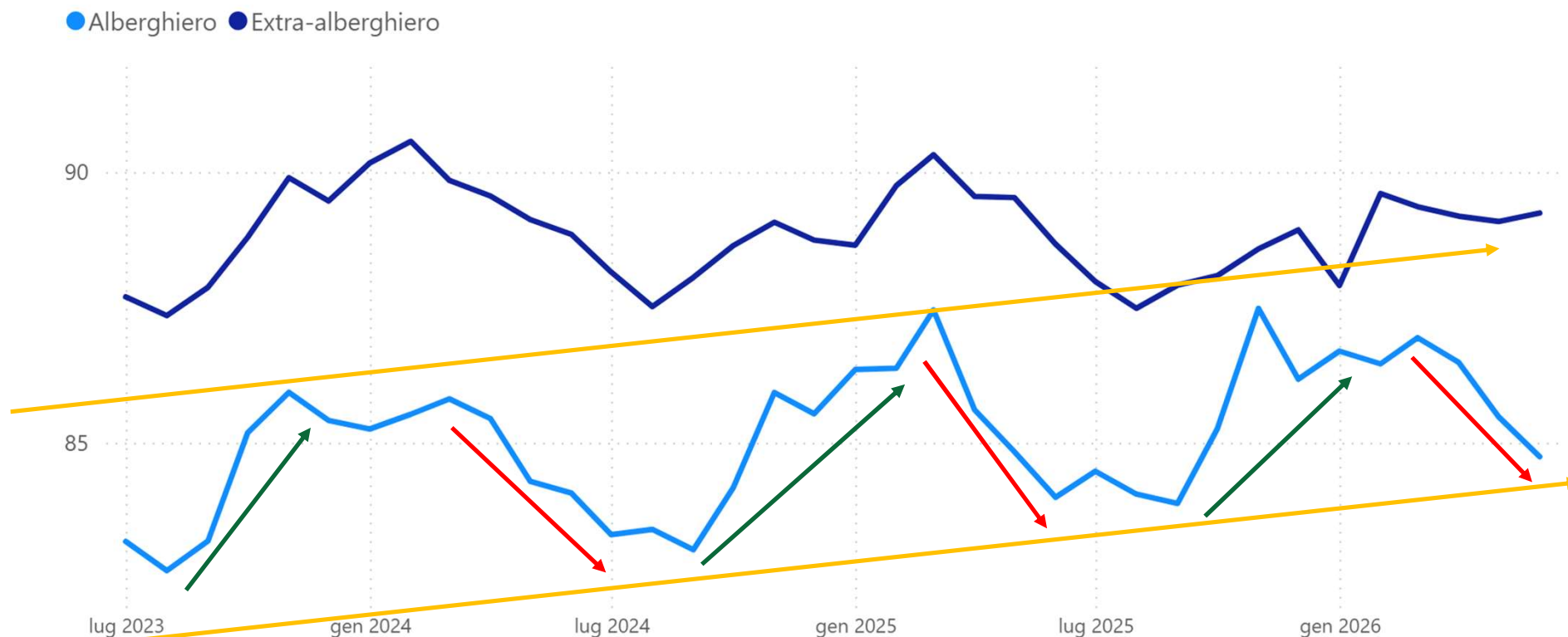
KPI Ospitalità



Area Lariana							
Score	Servizi	Staff	Comfort	Posizione	Pulizia	QualitàPrezzo	WiFi
88,3	89,0	89,5	91,1	91,2	91,5	87,6	83,3
Como							
Score	Servizi	Staff	Comfort	Posizione	Pulizia	QualitàPrezzo	WiFi
88,0	88,9	87,6	91,1	91,2	91,3	87,2	85,61
Lecco							
Score	Servizi	Staff	Comfort	Posizione	Pulizia	QualitàPrezzo	WiFi
88,8	89,2	92,9	91,1	91,2	91,8	88,4	78,91

L'ospitalità lariana eccelle nella qualità dello 'Staff', nella 'Pulizia', nel 'Comfort' e 'Posizione'.
Attenzione per Lecco per quanto riguarda il 'WiFi'

Grandi variazioni nel tempo della reputazione, ma con pattern ripetuti



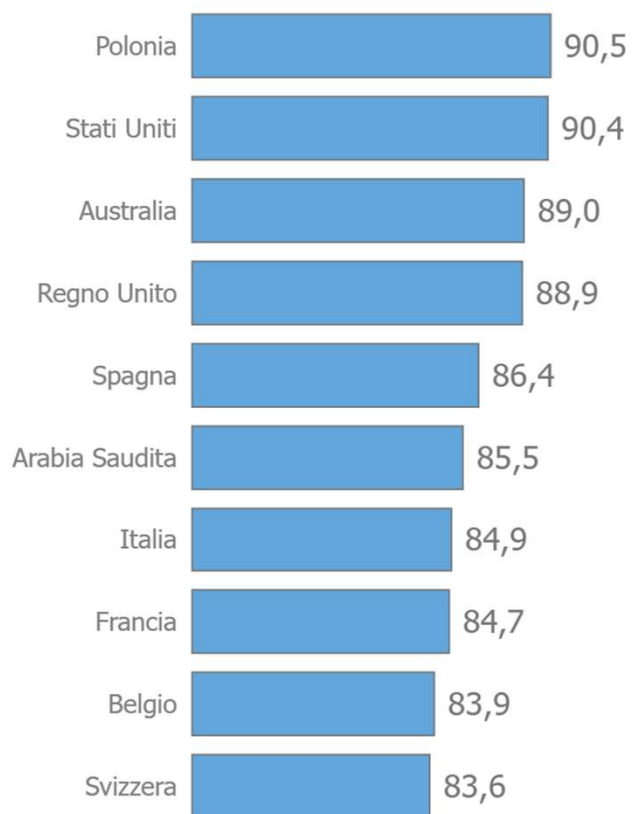
Forti variazioni nel corso del tempo dei livelli reputazionali, per tutto il comparto dell'ospitalità (alberghiero ed extra-alberghiero)

Si notano, tuttavia, dei pattern temporali ripetitivi: apr-ago in discesa e set-mar in salita

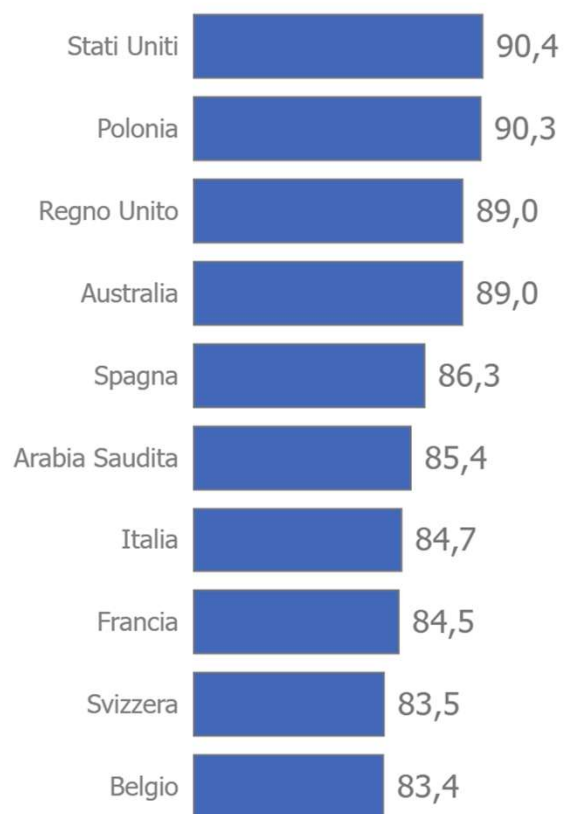
I “Best Ambassador” della destinazione



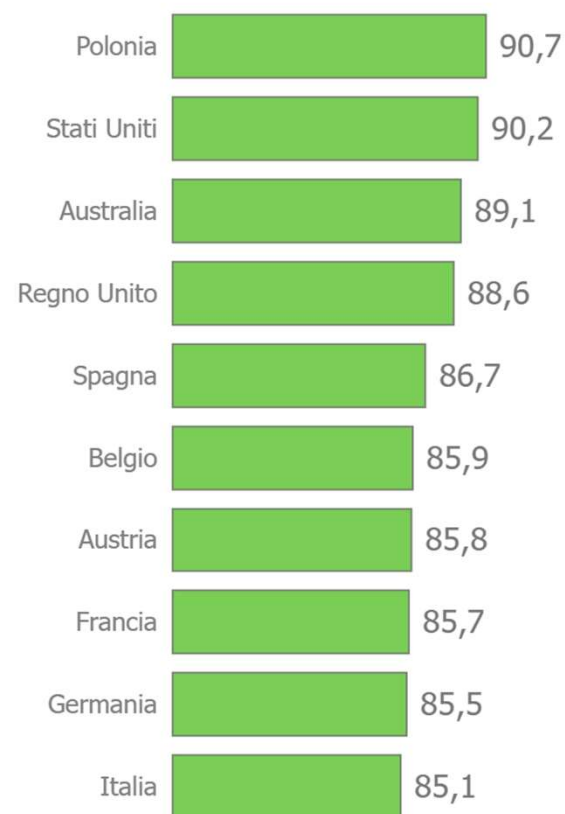
Area Lariana



Provincia di Como



Provincia di Lecco

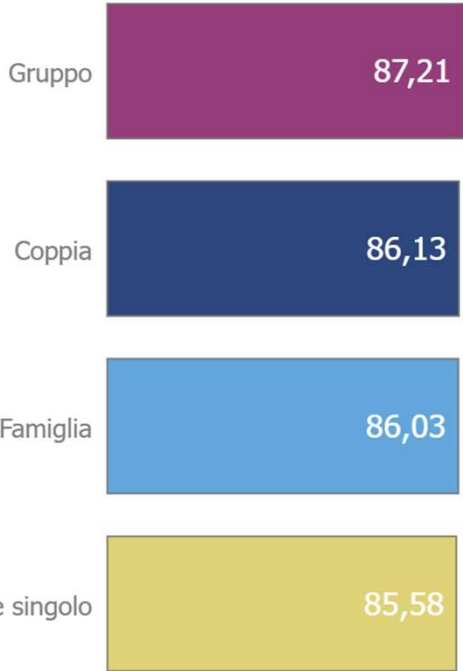


Periodo recensioni: 01/01/2023 – 30/06/2026

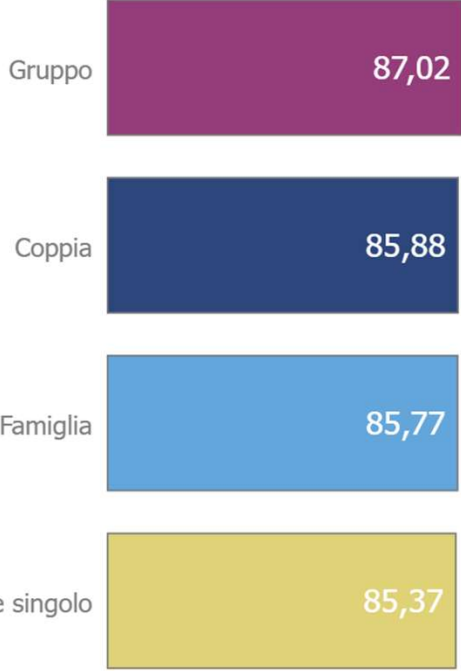
Reputazione per tipologia di turista



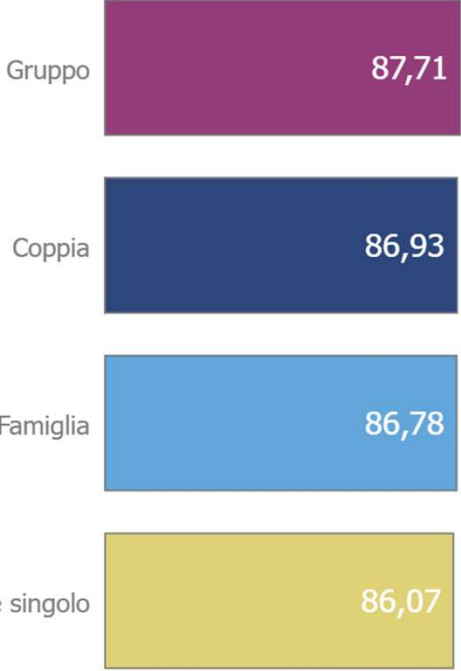
Aria Lariana



Provincia di Como



Provincia di Lecco



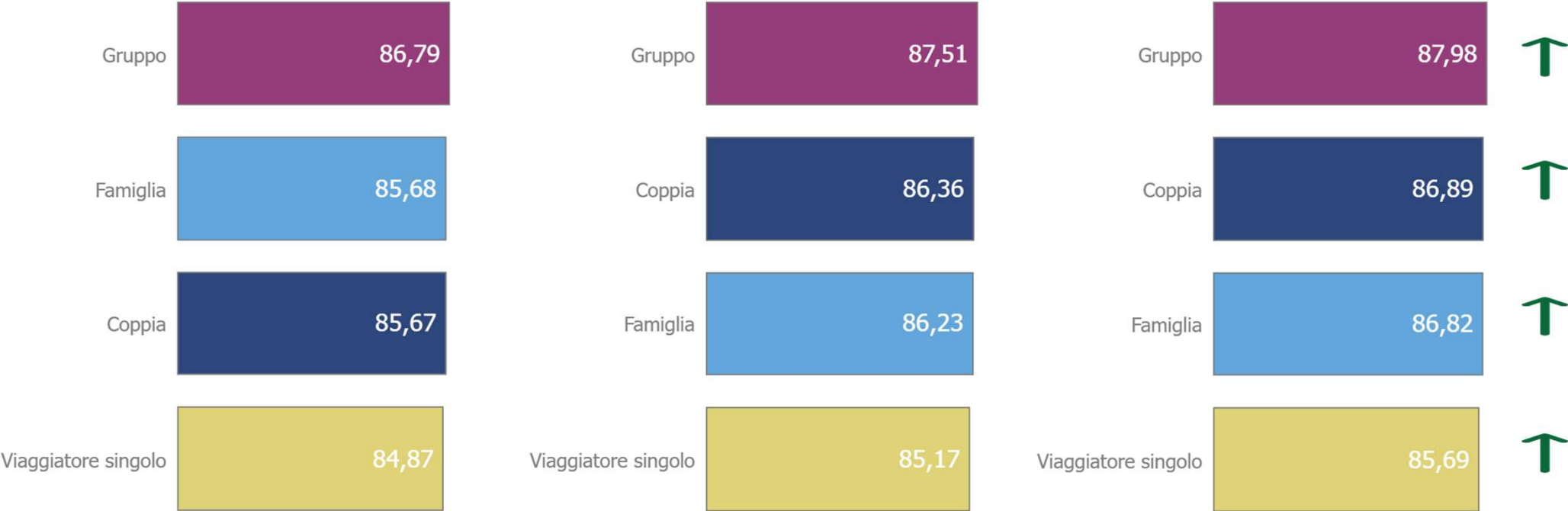
Evoluzione nel tempo della reputazione per tipologia di turista



Aria Lariana - 2023

Aria Lariana - 2024

Aria Lariana - 2025



Cosa stà accadendo alla reputazione nel 2026? 2026 vs 2025: I Semestre



Periodo A

01/01/2025

30/06/2025

Periodo B

01/01/2026

30/06/2026

Nazionalità	Score Periodo A	Score Periodo B	Δ % Score (A vs B)	
			▼	
Arabia Saudita	83,75	90,03	↑	7,5%
Spagna	88,90	89,98	↑	1,2%
Germania	86,59	87,26	↑	0,8%
Australia	86,24	86,86	↑	0,7%
Svizzera	86,00	86,45	↑	0,5%
Polonia	90,72	90,96	↑	0,3%
Francia	87,58	87,42	↓	-0,2%
Italia	88,94	88,65	↓	-0,3%
Regno Unito	90,50	90,17	↓	-0,4%
Belgio	87,02	86,63	↓	-0,4%
Stati Uniti	91,41	90,57	↓	-0,9%
Paesi Bassi	86,16	84,59	↓	-1,8%

Macro Tipologie	Score Periodo A	Score Periodo B	Δ % Score (A vs B)	
Alberghiero	86,31	87,15	↑	1,0%
Extra-alberghiero	89,64	89,14	↓	-0,5%

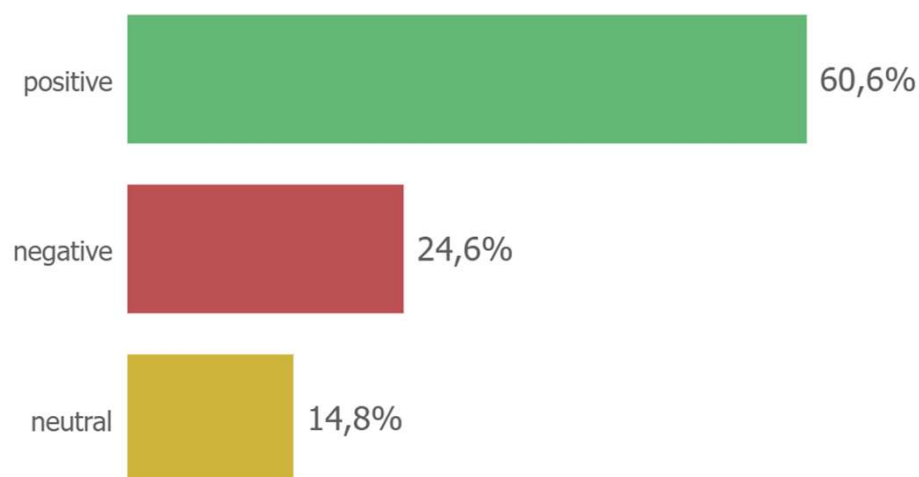
Tipologia	Score Periodo A	Score Periodo B	Δ % Score (A vs B)	
			▼	
Viaggiatore singolo	88,07	88,76	↑	0,8%
Coppia	88,38	88,23	↓	-0,2%
Famiglia	88,78	88,23	↓	-0,6%
Gruppo	89,83	88,58	↓	-1,4%

Come i 'digital creator' impattano sulla reputation

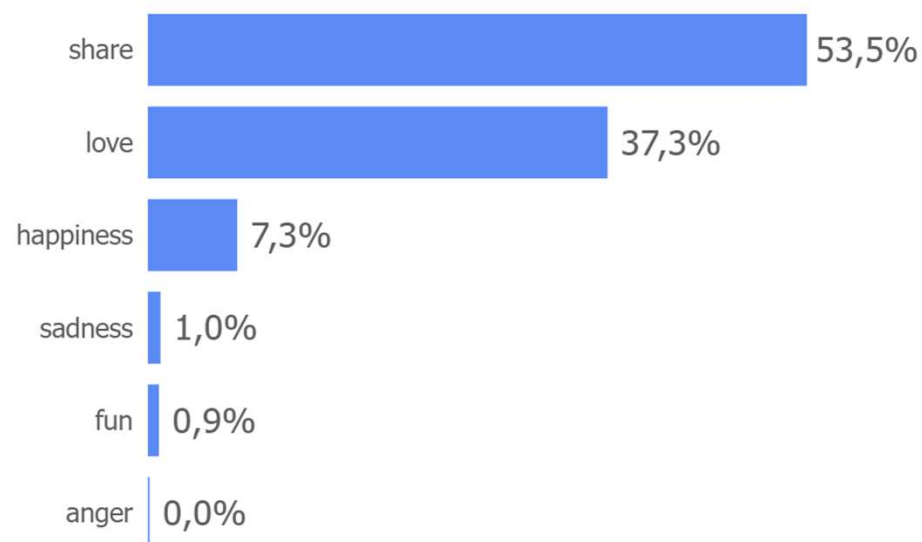


Opinioni espresse ed emozioni indotte all'interno di articoli/post/servizi, relativi a "Como Lake"

Polarità



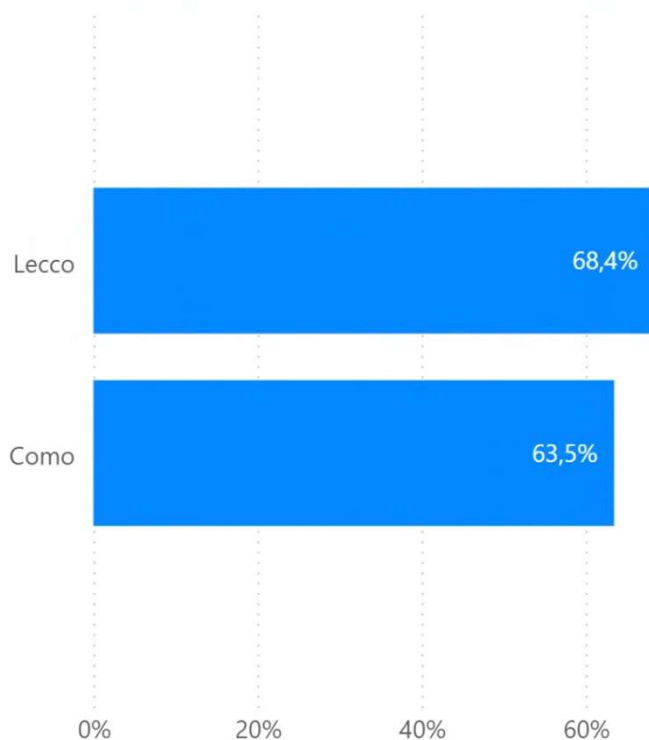
Emozioni



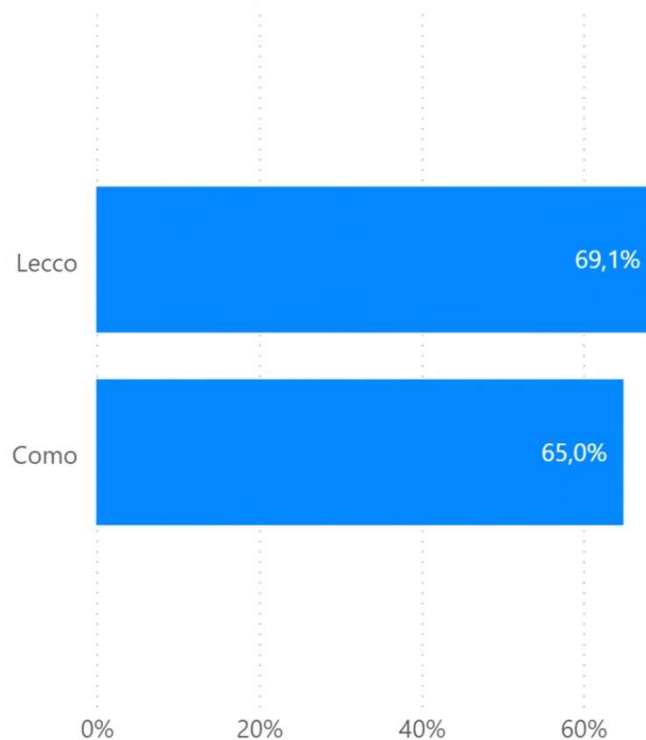
...si evidenzia l'impatto sempre maggiore delle prenotazioni "last-minute"



SOR* per provincia



SOR* per provincia



Evidente impatto del 'last-minute' sulle prenotazioni alberghiere.

Negli ultimi 3 giorni, il livello di occupazione su Luglio è aumentato su ambedue le province:

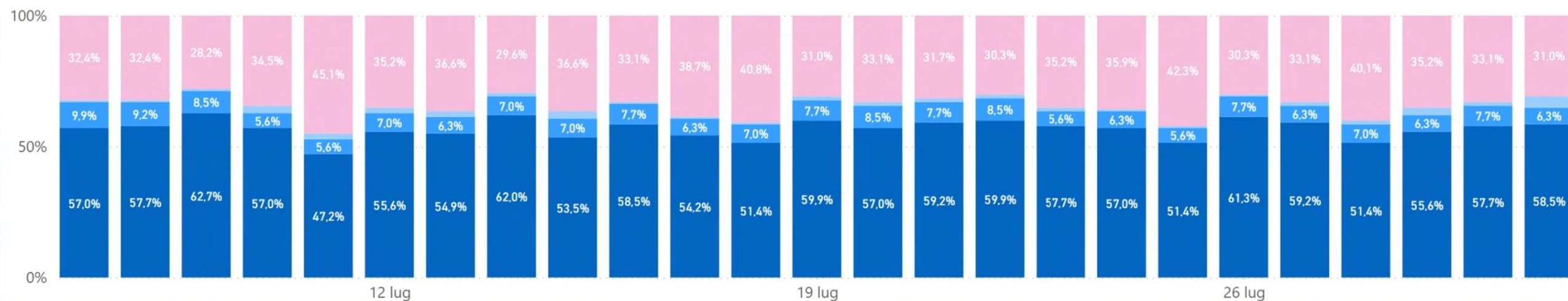
+ 0.7 p.p. Lecco
+ 1,5 p.p. Como

Attuale disponibilità e restrizioni offerta



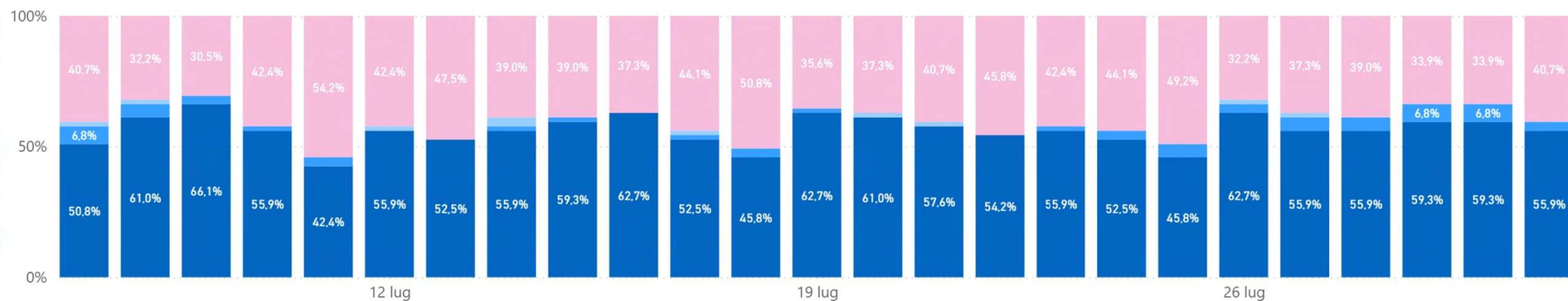
Disponibilità giornaliera alberghiera e restrizioni di: Como

● Senza Restrizioni ● 2 Notti ● 3 Notti ● Non Disponibili



Disponibilità giornaliera alberghiera e restrizioni di: Lecco

● Senza Restrizioni ● 2 Notti ● 3 Notti ● Non Disponibili



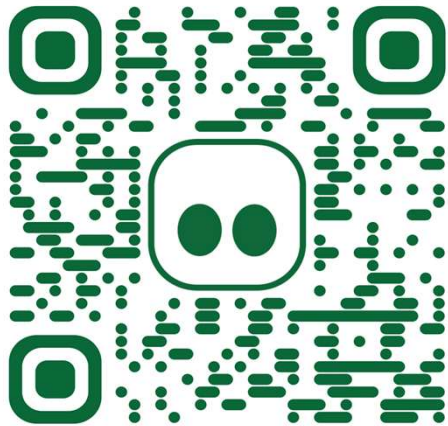
Conclusioni



- La «**reputazione**» è diventata il principale driver, da parte del turista, nella scelta di «viaggio»
- Attuare una corretta «**reputation management**» permette di avere non solo più «clienti» ma anche di aumentare ricavi
- **L'Area Lariana dimostra un alto livello reputazionale: 85,0/100, in crescita** di 0,2 punti rispetto al 2025 (84,8/100)
- I **punti di forza sono l'offerta «esperienziale» e l'offerta di «ospitalità»** con alti livelli reputazionali
- Indietro **l'offerta enogastronomica con un basso livello reputazionale**
- Molto apprezzate le «**esperienze legate al territorio**» con molti operatori che raggiungono alti livelli di gradimento
- L'ospitalità registra alti valori di apprezzamento in tutti i KPI: in particolare su 'Staff', 'Comfort', 'Posizione' e 'Pulizia'
- Per quanto riguarda i «**Best Ambassador**», i turisti di **Stati Uniti, UK, Australia, Polonia, Spagna, Germania** sono quelli che maggiormente apprezzano e comunicano il loro gradimento su scala mondiale
- «**Coppie**» e «**Gruppi**» sono i segmenti di turisti che evidenziano livelli di soddisfazione più alti; tutte le tipologie segnano **valori di soddisfazione in crescita negli ultimi 3 anni.**
- **Opinioni positive da parte dei 'digital content creator'**
- Attenzione però ai segnali degli ultimi mesi: tra i 'Best Ambassador', valori reputazionali USA in lieve calo
- Per quanto riguarda le previsioni, attualmente i livelli di occupazione sono buoni, ma si **registra una crescita importante delle prenotazioni «last minute»**, che sicuramente impatteranno sull'occupazione complessiva.

Thank you

**The Future is being
built now!
Be the first to know!**



Contact us



ac@digitalinphinity.com



www.iodah.com/contatti

Follow us



[linkedin.com/companies/iodah](https://www.linkedin.com/companies/iodah)



[iodah_intelligence](https://www.instagram.com/iodah_intelligence)