



visittuscany.com

Performance ecosistema digitale

PERIODO DI ANALISI LUGLIO - SETTEMBRE 2023



★ **Indice**

Panoramica Traffico

Audience

Sorgente Traffico

Contenuti

Social Media

Make

Newsletter

Advertising

SEO

Analisi Qualitativa

Toscana Ovunque Bella

Via Francigena Toscana

Glossario

Fonti dati



A partire da settembre 2022 Universal Analytics (UA) non è più attivo su [visittuscany.com](https://www.visittuscany.com), il nuovo sistema di tracciamento e analisi dei dati di fruizione del sito è Google Analytics 4 (GA4), sul quale sono disattivate le funzioni Google Signals e la raccolta dei dati sulla posizione e sul dispositivo a seguito della pronuncia del Garante in materia di tracciamento.

La disattivazione di Google Signals comporta limitazioni per le seguenti funzionalità:

- rapporti multiplatforma
- remarketing con Google Analytics
- funzionalità di generazione di rapporti sulla pubblicità e raccolta di dati demografici e interessi.

Mentre la disattivazione della raccolta dei dati granulari sulla posizione e sul dispositivo non permette l'acquisizione dei seguenti dati:

- latitudine e longitudine della città
- versione secondaria del browser
- stringa dello user agent del browser
- brand, modello e nome del dispositivo
- versione del sistema operativo e della piattaforma, risoluzione dello schermo.

Inoltre, a differenza dei report precedenti, non si hanno più a disposizione i dati demografici degli utenti.

Data-model

Rispetto a Universal Analytics, GA4 ha un modello di raccolta e strutturazione dei dati che si basa esclusivamente sulla misurazione degli eventi, questo comporta alcune differenze nella misurazione delle principali metriche analizzate nel report.

Sessioni

A differenza di UA, su GA4 le sessioni degli utenti provenienti da due sorgenti distinte possono essere conteggiate come un'unica sessione, questo può portare ad un conteggio minore di sessioni utilizzando GA4.

Visualizzazioni di pagina

In GA4 e UA il tag Google registra gli hit di visualizzazione di pagina in modo simile, per cui il numero di visualizzazioni di pagina può avere una differenza minima tra le due misurazioni (di alcuni punti percentuali).

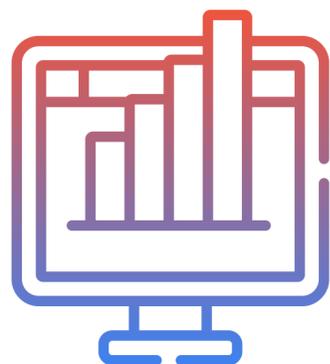
Utenti

La distinzione principale tra i due strumenti di analytics è nelle metriche disponibili sui report. In UA sono disponibili due metriche: Utenti totali e Nuovi utenti, mentre su GA4 sono tre: Utenti totali, Utenti attivi e Nuovi utenti. Nel nostro report facciamo riferimento alla metrica Utenti totali (indicati come Utenti). Sebbene UA e GA4 usino lo stesso termine (Utenti) per definire questa metrica, è diversa la maniera in cui viene calcolata: UA utilizza la metrica Utenti totali, mentre GA4 si riferisce alla metrica Utenti attivi. Per questo, rispetto ai report precedenti si potranno avere delle variazioni nella misurazione a seconda della frequenza con cui gli utenti tornano a visitare il sito, anche se sostanzialmente le due metriche si possono considerare simili.

Infine, a seguito dell'evoluzione del cookie banner in uso, su GA4 abbiamo attivato la creazione di modelli di comportamento che utilizza il machine learning per modellare il comportamento degli utenti che non accettano i cookie di Analytics, in questo caso i dati vengono elaborati in base al comportamento di utenti simili che hanno accettato i cookie. Questa modellazione ci permette di acquisire dati di traffico e interazione con [visittuscany.com](https://www.visittuscany.com) utili e attendibili nel rispetto della privacy degli utenti.



Panoramica Traffico complessivo



2.543.762

VISUALIZZAZIONI PAGINE

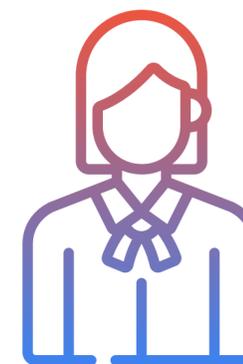
+46% vs stesso trimestre 2022



1.495.599

SESSIONI

+97% vs stesso trimestre 2022



1.317.305

VISITATORI

+36% vs stesso trimestre 2022



Audience complessiva

Traffico per nazione

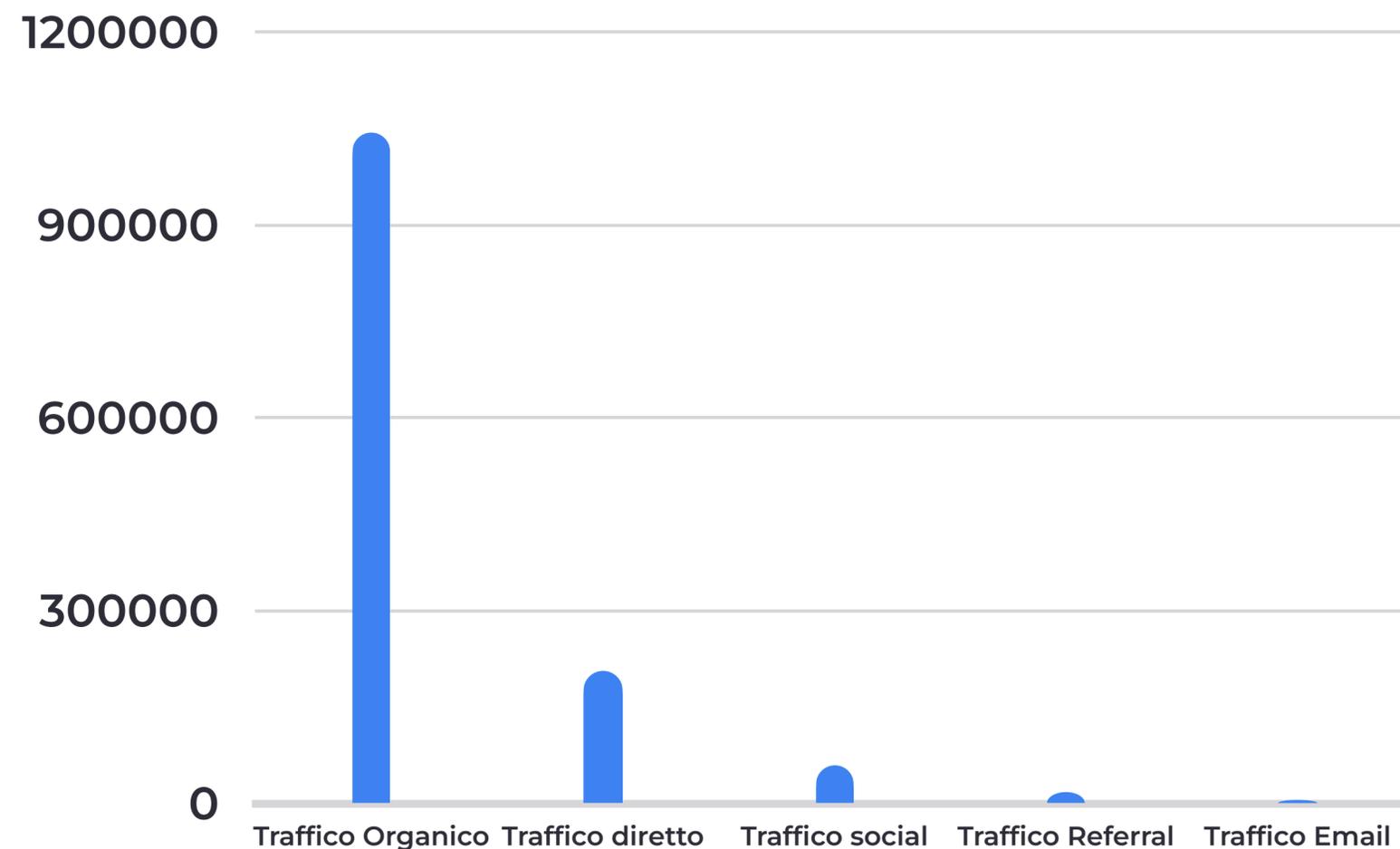
	UTENTI	% variazione stesso trim 2022
 Italia	671.217	+52,9%
 Germania	135.175	+78,9%
 Regno Unito	87.358	+90,1%
 Stati Uniti	78.294	+1,3%
 Francia	61.187	+171,6%
 Spagna	37.435	+35,8%

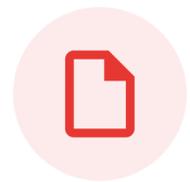


Sorgente Traffico complessivo

Overview dei canali

	SESSIONI	% variazione stesso trim 2022
Traffico organico	1.044.756	+29,3%
Traffico diretto	205.583	+106,4%
Traffico social organico	59.799	+12,6%
Traffico Referral	18.557	-25,3%
Email	5.699	+62,8%





Contenuti | Top 5

Titolo	Visualizzazioni di pagina	Visitatori
Home Page	20.437	13.459
Pagina di ricerca degli Eventi	27.974	16.343
Toscana a misura di bambino: ecco le proposte adatte a tutta la famiglia	6.841	6.112
Cascate dell'Acquacheta	6.471	5.602
Ponte del Diavolo	5.689	5.462
Vacanze in montagna: le destinazioni più belle	4.561	3.767



Contenuti | Top per categoria ITALIANO



8

Città e borghi

VISUALIZ
DI PAGINA

Livorno	2.409
Santa Fiora	1.591
Marina di Cecina	1.182

Attrazioni

VISUALIZ
DI PAGINA

Il Ponte del Diavolo	5.689
Strette di Cocciglia	2.307
Peschiera di Santa Fiora	1.678

Territori

VISUALIZ
DI PAGINA

Costa degli Etruschi	1.184
Garfagnana e Media Valle del Serchio	783
Amiata	768

Temi

VISUALIZ
DI PAGINA

In bicicletta	3.187
Terme e benessere	1.405
Famiglie e bambini	851



Contenuti | Top per categoria ITALIANO



9

Idee

VISUALIZ
DI PAGINA

Toscana a misura di bambino

6.841

3 percorsi per raggiungere le Cascate dell'Acquacheta

6.471

Vacanze in montagna: le destinazioni più belle

4.561

Eventi

VISUALIZ
DI PAGINA

Sant'Amato a Tavola

2.122

Feste del Perdono e 50° Palio di San Rocco

2.061

Calici di Stelle

1.817

Itinerari

VISUALIZ
DI PAGINA

Via di Francesco in Toscana

3.076

Via Romea Sanese

2.651

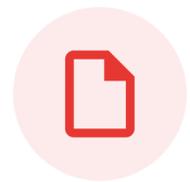
L'anello del monte Forato

1.983



Offerte | Top 5

Titolo	Visualizzazioni di pagina
Homepage Offerte	3.217
Estate 2023: sagre e feste in Garfagnana	2.799
Tour gay della città di Firenze	442
Follonica: sole, mare, pineta e storia	418
Mungi e mangia: esperienze in fattoria	418
Picnic nel Chianti con vista sulle vigne	416



Contenuti | Top 5

Titolo	Visualizzazioni di pagina	Visitatori
Home page	37.908	31.430
All events in Tuscany	21.028	10.554
Best beaches near Pisa	12.246	11.507
How to reach Florence from Pisa Airport	9.308	8.419
From Pisa Airport to Pisa Centrale train station	7.917	7.441
Greve in Chianti: 6 must-sees	5.591	5.054



Contenuti | Top per categoria INGLESE



Destinations

VISUALIZ
DI PAGINA

Viareggio

4.796

Montepulciano

4.221

Lucca

4.103

Attractions

VISUALIZ
DI PAGINA

The Rose Garden in Florence

4.644

Cascade del Mulino Saturnia

2.023

Devil's Bridge

1.786

Areas

VISUALIZ
DI PAGINA

Chianti

1.645

Val d'Orcia

1.107

Etruscan Coast

891

Theme

VISUALIZ
DI PAGINA

Cycling

3.128

Food and Wine

2.606

Art and Culture

1.589



Contenuti | Top per categoria INGLESE



Ideas

VISUALIZ
DI PAGINA

Best beaches near Pisa

12.246

How to reach Florence from Pisa airport

9.308

From Pisa Airport to Pisa Centrale

7.917

Events

VISUALIZ
DI PAGINA

Arezzo Antiques Fair

3.859

Siena Summer Festival

1.908

Festa di Santa Croce in Lucca

1.831

Itineraries

VISUALIZ
DI PAGINA

A car tour along the Chiantigiana road

5.212

One day in Florence: 10 things you HAVE to do!

2.789

Via Romea Sanese

1.450





Offerte | Top 5 INGLESE



Titolo

Visualizzazioni di pagina

[Homepage Deals](#)

1.137

Private Chianti tour at sunset (with tastings)

773

Vespa Tour Of The Val D'Orcia

508

Montepulciano: wine tasting and lunch in a typical winery

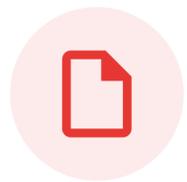
479

Dive into the Resco river

439

Extra virgin olive oil tasting in Cortona

399



Contenuti | Top 5 TEDESCO



Titolo	Visualizzazioni di pagina	Visitatori
Home page	8.439	7.169
Alle Veranstaltungen in der Toskana	17.155	10.665
Wellness-Orte in der Toskana: 4 kostenlose Naturheilbäder, um sich zu entspannen	6.589	5.530
Panoramastraßen in der Toskana: 5 einzigartige Routen	6.582	5.011
10 Sehenswerte Orte An Der Toskanischen Kueste	5.844	5.260
10 Gerichte Die Man In Der Toskana Probieren Sollte	5.501	5.235



Contenuti | Top per categoria **TEDESCO**



Orte

VISUALIZ
DI PAGINA

Castiglione della Pescaia

1.629

Torre del Lago Puccini

1.222

Bagni di Lucca

999

Attrazioni

VISUALIZ
DI PAGINA

Die Zypressenallee von Bolgheri

3.774

Terme di Casciana

1.008

Terme di Montecatini

980

Gebiete

VISUALIZ
DI PAGINA

Etruskische Riviera

541

Florenz und Umgebung

489

Chiantigebiet

378

Themen

VISUALIZ
DI PAGINA

Mit dem Fahrrad

1.596

Familien und Kinder

830

Essen und Trinken

808





Contenuti | Top per categoria TEDESCO



Ideen

VISUALIZ
DI PAGINA

Wellness-Orte in der Toskana: 4 kostenlose
Naturheilbäder, um sich zu entspannen

6.589

Panoramastraßen in der Toskana: 5
einzigartige Routen

6.582

10 Sehenswerte Orte An Der Toskanischen
Küste

5.844

Veranstaltungen

VISUALIZ
DI PAGINA

Lucca Summer Festival

1.751

Der Palio von Siena

1.748

Giostra del Saracino in Arezzo

1.097

Routen

VISUALIZ
DI PAGINA

Eine Autotour entlang der Chiantigiana-
Straße

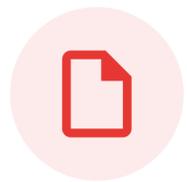
3.534

Die Wein- und Olivenölstraße Chianti Classico

2.049

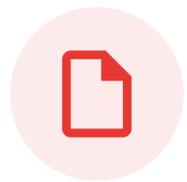
Die Via Francigena in der Toskana

2.037



Offerte | Top 5 TEDESCO

Titolo	Visualizzazioni di pagina
Angebote	306
Firenze mit dem Boot	306
Ein Spaziergang durch Lucca auf den Spuren von Giacomo Puccini	282
Von Oliven zu Öl: Ernten, Pressen und Verkosten	270
Pisa mit dem Fahrrad	263
Trekking im Chianti Classico	221



Contenuti | Top 5 SPAGNOLO



Titolo	Visualizzazioni di pagina	Visitatori
Home page	2204	1.523
Dante Alighieri: vida, obras y curiosidades	2.016	1.725
10 obras maestras de la Galería de los Uffizi de Florencia	1.838	1.636
10 pueblos de la costa toscana que no debes perderte	1.777	1.631
8 terrazas con vistas a Florencia	1.744	1.458
Buscando atardeceres en Florencia	1.365	1.231



Contenuti | Top per categoria SPAGNOLO



Localidades

VISUALIZ
DI PAGINA

Certaldo

404

Montepulciano

251

Colle Val d'Elsa

157

Atracciones

VISUALIZ
DI PAGINA

Catedral de Siena

545

Perseo con la cabeza de Medusa de
Benvenuto Cellini

461

La Reserva Natural del Torrente Farma

388

Territorios

VISUALIZ
DI PAGINA

Chianti

214

Val d'Orcia

174

Florenca y el Área Florentina

169

Temas

VISUALIZ
DI PAGINA

En bicicleta

313

Comida y vino

306

Arte y cultura

235





Contenuti | Top per categoria SPAGNOLO



Ideas

VISUALIZ
DI PAGINA

Dante Alighieri: vida, obras y curiosidades **2.016**

10 obras maestras de la Galería de los Uffizi de Florencia **1.838**

10 pueblos de la costa toscana que no debes perderte **1.777**

Eventos

VISUALIZ
DI PAGINA

Lucca Summer Festival **352**

Palio di Siena **312**

Bravio delle botti de Montepulciano **223**

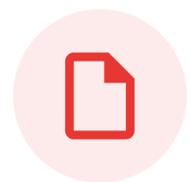
Itinerarios

VISUALIZ
DI PAGINA

Un paseo en coche por la carretera Chiantigiana **625**

6 Pueblos De Chianti Que No Debes Perderte **491**

Ruta de 6 días por la Toscana en campervan, desde Maremma hasta el Chianti **376**



Contenuti | Top 5 FRANCESE



Titolo	Visualizzazioni di pagina	Visitatori
Home page	4.244	3.248
Evenements	4.937	3.159
6 villages du Chianti à ne pas manquer	2.726	2.108
Des lieux de bien être en Toscane : nos 4 thermes gratuits pour se régénérer	2.453	2.168
Idee estivali per restare al fresco in Toscana	2.418	2.189
Palio di Siena	2.390	2.371



Contenuti | Top per categoria FRANCESE



23

Sites

VISUALIZ
DI PAGINA

San Vincenzo

553

Montecatini Terme

430

Carrare

188

Attractions

VISUALIZ
DI PAGINA

La reserve naturelle du torrent farma

1.142

Parc Régional des Alpes Apuanes

345

Lac de Bilancino

291

Territoires

VISUALIZ
DI PAGINA

Cote des Estrusques

260

Chianti

225

Terres de Sienne

173

Themes

VISUALIZ
DI PAGINA

À vélo

561

Thermes et bien être

368

Familles et enfants

336





Contenuti | Top per categoria FRANCESE



24

Idées

VISUALIZ
DI PAGINA

Des lieux de bien être en Toscane : nos 4 thermes gratuits pour se régénérer

2.453

Idee estivali pour rester au frais en Toscane

2.418

10 chefs-d'œuvre de la Galerie des Offices à Florence

2.186

Évènements

VISUALIZ
DI PAGINA

Palio de Sienne

2.390

Lucca Summer Festival

712

Volterra AD 1398

588

Itinéraires

VISUALIZ
DI PAGINA

6 villages du Chianti à ne pas manquer

2.726

Un tour en voiture le long de la route Chiantigiana

1.732

Un jour à Florence : 10 choses que vous DEVEZ absolument faire!

531

Contenuti | visualizzazioni widget

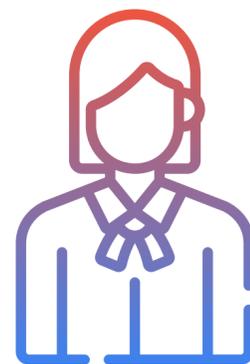
Questi dati si riferiscono alle visualizzazioni ottenute dai contenuti di **visittuscany.com** attraverso i widget pubblicati su siti web terzi che li ospitano e al numero di utenti che li hanno visti



8.937

VISUALIZZAZIONI WIDGET

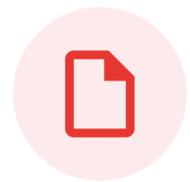
-11% vs stesso trimestre 2022



2.195

UTENTI

-11% vs stesso trimestre 2022

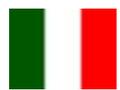


Contenuti | visualizzazioni widget

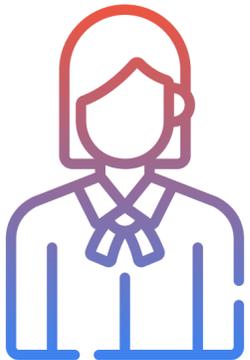
Sito web	Visualizzazioni widget
toscananelcuore.it	646
toscanaone.com	390
visitvaldorca.it	189
casentino.it	162
hotelsovestro.com	150
visitchianti.net	147
livornoexperience.com	137



Pubblico Social Media - Facebook

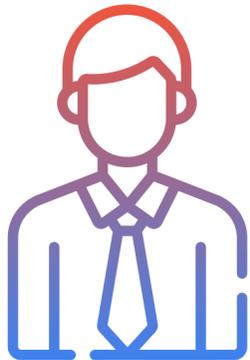


Sesso



DONNA

63,5%



UOMO

33,1%

NON SPECIFICATO

3,4%

Età

Da 18 a 24 anni **0,7%**

Da 25 a 34 anni **8,5%**

Da 35 a 44 anni **22,2%**

Da 45 a 54 anni **25,2%**

Da 55 a 64 anni **22,9%**

Oltre i 65 anni **20,5%**

Città

Firenze **2.627**

Roma **2.006**

Livorno **942**

Prato **903**

Lucca **782**



Performance Social Media



	Audience FAN/FOLLOWERS	Reach VISUALIZZAZIONI	Engagement SOMMA DELLE INTERAZIONI CON I CONTENUTI PUBBLICATI
Facebook	48.563 +20,3% STESSO TRIMESTRE 2022	5.632.812 -34% STESSO TRIMESTRE 2022	210.635 +63,6% STESSO TRIMESTRE 2022
X	16.194 +1,2% STESSO TRIMESTRE 2022	37.027 +27,7% STESSO TRIMESTRE 2022	979 +3,3% STESSO TRIMESTRE 2022

Social Media - Top Content



 /VisitTuscanyITA

Visit Tuscany It
7 luglio · 🌐

Il Vasari lo definì il più "grande e magnifico" mai esistito: è il Pavimento del Duomo di Siena, un tappeto marmoreo composto da 66 riquadri, chiamati "tarsie", disegnato dai maestri del Rinascimento.

Il Pavimento, solitamente coperto per due terzi, è interamente visibile dalla metà di agosto, dopo il Palio dell'Assunta, fino a fine ottobre
<https://bit.ly/Pavimento-Duomo-di-Siena>
Terre di Siena



4717 Commenti: 203 Condivisioni: 506

Mi piace Commenta Condividi

 @VisitTuscanyITA

Visit Tuscany ITA
@VisitTuscanyITA

Settembre è il mese della vendemmia, l'occasione perfetta per visitare il Chianti.

Conosci la leggenda del Gallo Nero, simbolo del #Chianti Classico?
bit.ly/storia-gallo-n...
Translate post



9:01 PM · Sep 5, 2023 · 1,169 Views

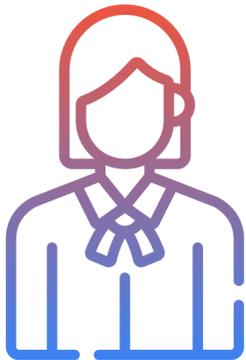
7 17 2



Pubblico Social Media - Facebook



Sesso



DONNA

55,7%



UOMO

42,8%

NON SPECIFICATO

1,5%

Età

Da 18 a 24 anni **1,7%**

Da 25 a 34 anni **18,4%**

Da 35 a 44 anni **25,4%**

Da 45 a 54 anni **21,3%**

Da 55 a 64 anni **18,7%**

Oltre i 65 anni **14,5%**

Paese

Italia **112.930**

India **109.455**

Stati Uniti **82.105**

Brasile **79.135**

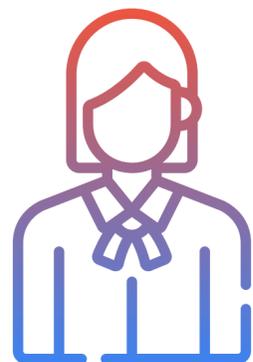
Regno Unito **16.140**



Pubblico Social Media - Instagram



Sesso



DONNA

51,7%



UOMO

28%

NON SPECIFICATO

20,3%

Età

Da 18 a 24 **4,1%**

Da 25 a 34 **25%**

Da 35 a 44 **28,4%**

Da 45 a 54 **22,7%**

Da 55 a 64 **13,7%**

Oltre i 65 anni **5,8%**

Paese

Italia **86.729**

Stati Uniti **37.545**

Brasile **11.450**

Regno Unito **10.756**

Germania **7.009**



Pubblico Social Media - Youtube

Video più visti

Reach VISUALIZZAZIONI

[Traditional Tuscan recipes: Schiacciata](#)

2.153

[E via andare: Montefioralle](#)

571

[E via andare: Isola di Capraia](#)

520

[Traditional Tuscan Recipes: Cantucci](#)

517

[E via andare: Isola del Giglio](#)

485

Paese

VISUALIZZAZIONI

Francia

32,5%

Italia

27,9%

UK

21,3%

Germania

13,3%

Svizzera

3,8%



Performance Social Media



Audience

FAN/FOLLOWERS

Reach

VISUALIZZAZIONI

Engagement

SOMMA DI REAZIONI, CONDIVISIONI E COMMENTI

Facebook	560.488 -0,3% STESSO TRIMESTRE 2022	3.420.226 -29,5% STESSO TRIMESTRE 2022	129.528 +9,4% STESSO TRIMESTRE 2022
X	44.905 +1,6% STESSO TRIMESTRE 2022	97.167 +5,8% STESSO TRIMESTRE 2022	1.608 -31,5% STESSO TRIMESTRE 2022
YouTube	3.280 +7,2% STESSO TRIMESTRE 2022	972.880 -31,3% STESSO TRIMESTRE 2022	444 -10,5% STESSO TRIMESTRE 2022
Pinterest	3.531 +2,3% STESSO TRIMESTRE 2022	185.178 -3,6% STESSO TRIMESTRE 2022	8.234 -6,2% STESSO TRIMESTRE 2022
TikTok	37.129 ND STESSO TRIMESTRE 2022	3.024.072 ND STESSO TRIMESTRE 2022	25.529 ND STESSO TRIMESTRE 2022



Performance - Instagram e Facebook Stories



	Audience FAN/FOLLOWERS	Reach VISUALIZZAZIONI	Engagement SOMMA DI REAZIONI, CONDIVISIONI E COMMENTI	
 Feed	231.333 +8,1% STESSO TRIMESTRE 2022	4.880.945 +86,3% STESSO TRIMESTRE 2022	79.552 -19,5% STESSO TRIMESTRE 2022	
	Stories	Engagement	Visualizzazioni	Copertura media
 Stories IG	225 -5,5% STESSO TRIM 2022	382.328 -25% STESSO TRIM 2022	354.659 -28,1% STESSO TRIM 2022	1.568 -15,6% STESSO TRIM 2022
	Reels	Engagement	Visualizzazioni	Engagement rate
 Reels	28 +100% STESSO TRIM 2022	41.578 +200,9% STESSO TRIM 2022	1.042.221 +254,5% STESSO TRIMESTRE 2022	41,2% -15,2% STESSO TRIMESTRE 2021



Social Media - Top Content



Visit Tuscany è con **Fondazione Alinari per la Fotografia**.
 Pubblicato da Leila Frusabakht · 20 settembre ·

Lunch is ready! Work breaks, family meals, packed lunches, snacks by the sea and lavish banquets. You could say that it doesn't matter where or with whom, as long as there's food on the table!

And instead, around those tables, so different from each other, gestures are passed down, stories are collected, laughter is remembered.

Because history, even that of Tuscany, passes through brocade tablecloths and sandwiches wrapped in napkins, flasks of wine and crystal glasses, improvised outdoor tables or refined luncheons.

Today we eat outdoors, with the images from the archive of the **Fondazione Alinari per la Fotografia**

- 1 - Unidentified author, Meal during the grape harvest in Forrottoili, Quarrata, 1947, Alinari Archives, Florence
- 2 - Unidentified author, Lunch after a hunting trip in Bolgheri, September-October 1929, album collection, Florence
- 3 - Aurelio Monteverde, Holiday on the Elba Island: group portrait during an outdoor lunch, September 1925, Monteverde archive, Florence
- 4 - Giovanni Battista Brusa, Outdoor banquet in the 'Gran Metempsicosi' pavilion in the Tivoli Gardens, Florence, ca. 1871-1874, Malandrini collection, Florence
- 5 - Vincenzo Balocchi, Lunch on the beach of Castiglione della Pescaia, July 1961, Balocchi archive, Florence

#ArchiviAlinari #VisitTuscany #ThrowbackTuscany #instatuscany #mytuscany

Vedi insights e inserzioni Metti in evidenza il post

547 Commenti: 4 Condivisioni: 23

Visit Tuscany
 @VisitTuscany

The amazing 'Rocca del Brunelleschi', in **#Vicopisano**, is one of the most evocative places to be found along the Olive Oil Route of the Monti Pisani. A trail to be discovered in the **@TerreciPisa**, also by **#bike!**
 Discover the itinerary: bit.ly/MonteSerraRoute

@gugiamba
 Traduci post

2:53 PM · 24 lug 2023 · 2.835 visualizzazioni

1 21 64 1 1

visittuscany
 Pienza

visittuscany · 9 sett
 Welcome to Pienza, where the streets have "love" name ❤️
 In the Sienese village, a jewel of the Renaissance, there are romantic roads to take: the Via del Bacio (the Kiss Route), the Via dell'Amore (the Love Route) and the Via della Fortuna (The Fortune Route). This village even caught the attention of the director Franco Zeffirelli, who chose Pienza, in 1968, as the set of the greatest love story ever known, "Romeo and Juliet".

Pic by **@francescabologni**
 Also follow **@visitvaldorcia_official**

Visualizza insight Promuovi post

👍🗨️📌
 🌍 **Piace a 5.028 persone**
 23 AGOSTO

Aggiungi un commento...

🇬🇧 Social Media - Top Instagram Stories

📷 Firenze



📷 Volterragusto



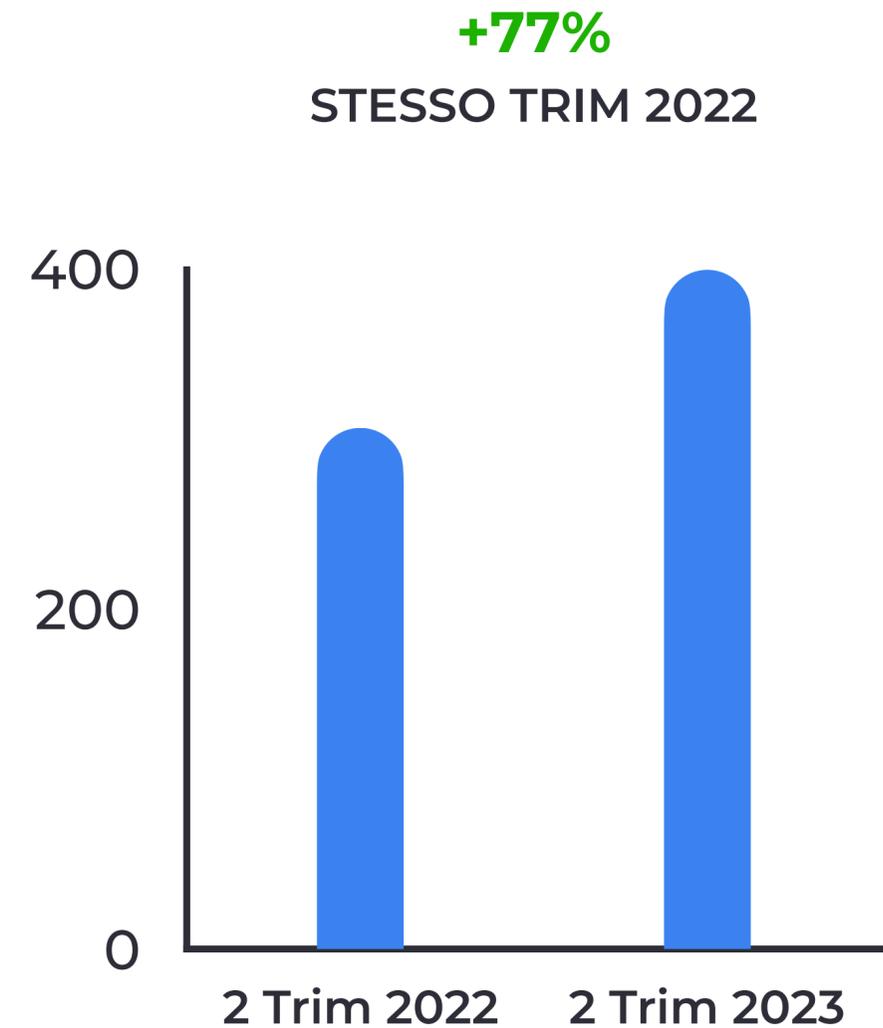
📷 Lucca Comics





Make - Utenti Enti e Associazioni

Tipologia Ente o Associazione	Numero
Comuni	130
Ambiti Territoriali	41
Uffici IAT	188
Unioni di Comuni	4
Aggregazioni di prodotto	2
Ente Associazione Culturale	140
Ente Associazione Turistica	40
TOTALE	545





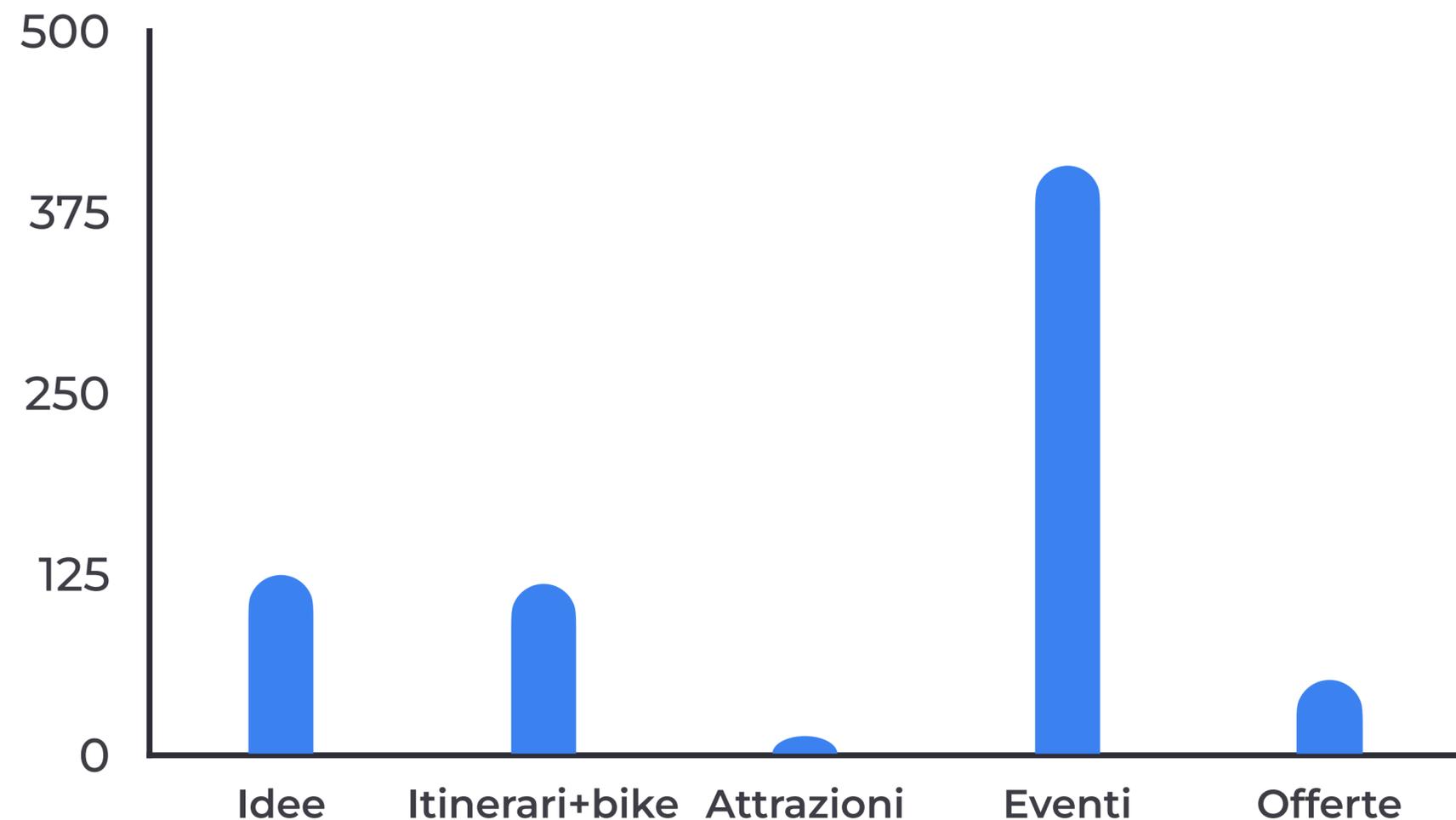
Make - Utenti Operatori Turistici ed economici

Tipologia Operatore turistico ed economico	Numero	Variaz % su stesso trim 2022
Agenzie di viaggio	106	+3,9%
Tour operator	139	+4,5%
Guide turistiche, ambientali o alpine	301	+6%
Strutture ricettive	1185	+7,8%
Operatori Vetrina Toscana	41	+7,9%
Terme	6	+20%
Stabilimenti balneari	11	0%
Imprenditori agricoli	47	+17,5%
Strade del Vino	2	0%
Cantine sociali e consorzi	1	0%
Associazioni di categoria	14	+27,3%
TOTALE	1.853	+7,4%



Make - Nuovi contenuti

Tipologia	Contenuti creati nel trimestre
Idee	124
Itinerari + bike	118
Attrazioni	13
Eventi + Top event	407
Offerte	52
TOTALE	714





Make IAT - Uffici aderenti e profilazioni

188

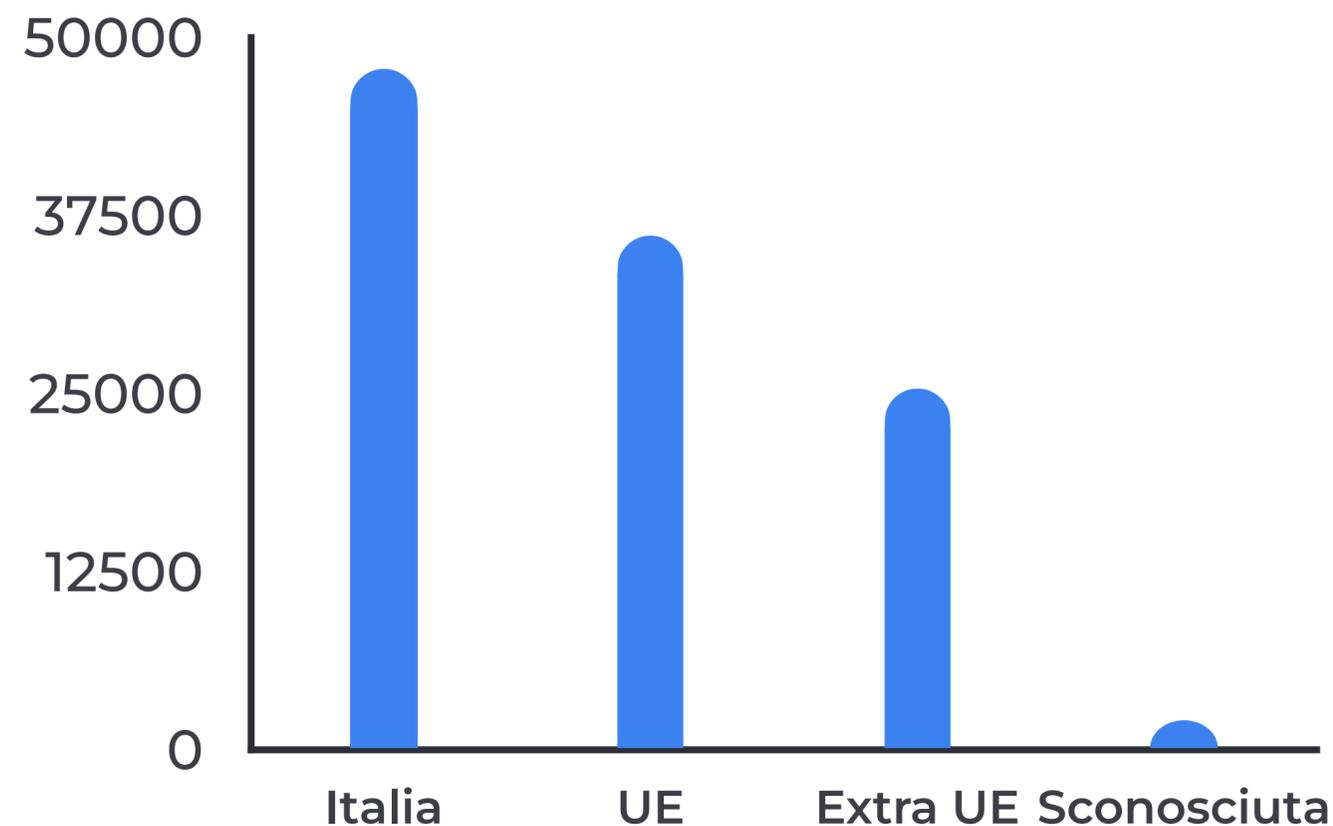
UFFICI IAT ADERENTI

111.136

TOTALE PROFILAZIONI

Provenienza turisti profilati

Italia	47.740
UE	36.085
Extra UE	25.329
Sconosciuta	1.982





Newsletter

Newsletter inviate

NUMERO

3 ITA

3 ENG

Audience

NUMERO DI ISCRITTI TOTALE

15.365

+20,3% STESSO TRIM. 2022

Open rate

TASSO DI APERTURA

47,3%

+2,4% STESSO TRIM. 2022

Click rate

TASSO DI CLICK SUI CONTENUTI

5,3%

-31,2% STESSO TRIM. 2022

Contenuto top

SESSIONI GENERATE



[Toscana autentica](#)

333



[Tuscany like a local](#)

284

Location

TOP COUNTRIES BY OPENS



USA (64%)
Italia (25%)
Svezia (2,4%)



USA (71,9%)
Svezia (6,1%)
UK (2,9%)



SEO



957.665

+36,6% vs stesso trimestre 2022

Utenti che hanno visitato il sito tramite ricerca organica

Il numero di utenti che sono arrivati al sito web tramite ricerca sui motori di ricerca. È un indice del livello di ottimizzazione generale delle pagine del sito: più il numero è elevato migliori sono i risultati ottenuti. Le pagine AMP (Accelerated Mobile Page) sono escluse dal conteggio perché sono state disattivate a novembre 2021.

FONTE: GOOGLE ANALYTICS



180.123

+56,4% vs stesso trim 2022

Keyword posizionate

La totalità delle keyword con le quali il sito web è attualmente posizionato sui motori di ricerca, considerando i principali paesi target. Ciascun mercato viene trattato dai motori di ricerca in maniera separata, in dettaglio: in **Italia** visittuscany.com ha 70.300 keyword posizionate, in **USA** 20.700, in **UK** 5.400, in **Spagna** 9.000, in **Germania** 9.500 e in **Francia** 7.300. A ciò si aggiungono le keyword posizionate sui restanti mercati internazionali.

FONTE: SEMRUSH



58.636

Url indicizzati

Indica il numero di url di visittuscany.com che sono presenti nell'indice di Google, ovvero il numero di pagine del sito che Google ha correttamente ricevuto, scansionato e indicizzato. Si tratta di un dato rilevante per comprendere quanti sono gli url che possono comparire nella SERP di Google a seguito della ricerca degli utenti.

FONTE: SEARCH CONSOLE



1,7%

CTR medio (rapporto tra impression e click ricevuti)

Indica il rapporto tra il numero di volte in cui il sito è comparso tra i risultati di ricerca su Google e il numero dei click che gli utenti hanno fatto questi risultati. È un dato utile a comprendere l'interesse degli utenti nei confronti dei contenuti proposti da visittuscany.com e per valutare le performance degli snippet di ricerca.

FONTE: SEARCH CONSOLE



Analisi qualitativa

Nel trimestre luglio-settembre 2023 tutte le metriche di [visittuscany.com](https://www.visittuscany.com) sono in crescita, aumentano le visualizzazioni delle singole pagine (+46%), le sessioni (+97%) e i visitatori (+36%). I paesi da cui arriva il traffico maggiore sono l'Italia (+52,9%), la Germania (+78,9%) e il Regno Unito (+90,1%), parte di questo incremento in Italia è dovuto alle campagne di digital advertising attive nel trimestre, mentre per gli altri due paesi si tratta di una crescita imputabile a un maggiore interesse verso la destinazione Toscana e al miglioramento delle performance del sito sui motori di ricerca.

Tra le sorgenti di traffico quella che ha generato il numero più alto di visite sul sito è il canale organico con oltre 1 milione di sessioni (+29,3%), mentre tra le pagine più visitate in tutte le lingue, eccetto per lo spagnolo, c'è quella della ricerca degli eventi, un aumento di interesse in parte dovuto al boom della domanda di eventi nel corso dell'estate 2023 e in parte alle campagne con focus in Toscana che sono state attive per tutta l'estate e che si sono concentrate anche sugli eventi. Gli spagnoli prediligono invece le città d'arte, tre dei cinque contenuti più visualizzati in lingua spagnola sono infatti inerenti ad attività e proposte legate alla città di Firenze.

Migliorano le performance di [visittuscany.com](https://www.visittuscany.com) sui motori di ricerca: cresce il numero di keyword con cui le pagine del sito web si posizionano (+56,4%), aumenta il numero di utenti provenienti dalla ricerca organica (+56%) che nel corso del trimestre sono stati quasi 1 milione.

Le query di ricerca su Google che hanno performato meglio sui singoli paesi (in termini di click) escluso le branded query (visit tuscany) sono:

- Italia: "ponte del diavolo", "livorno" e "eventi toscana oggi"
- Regno Unito: "pisa airport to florence", "tuscany" e "pisa airport to Pisa centrale"
- USA: "tuscany", "montepulciano", e "schiacciata"
- Germania: "toskana", "via francigena" e "rapolano terme"
- Spagna: "catedral de siena", "certaldo" e "via francigena toscana"
- Francia: "toscanes", "palio sienne 2023" e "les plus beaux villages du chianti"

Sui canali social in italiano, continuano a crescere i follower su Facebook (+20,3%) e su X (+1,2%), su X aumentano le visualizzazioni (+27,7%) e le interazioni (+3,3%) che indicano un'inversione di tendenza rispetto ai trend dei trimestri precedenti. Su Facebook diminuiscono le visualizzazioni (-34%) e aumenta l'engagement (+63,6%), questo è dovuto all'incremento dei costi di acquisto dell'adv, che impatta sul numero di impression disponibili a parità di investimenti pubblicitari, e ad un maggiore focus delle campagne always-on sulle interazioni.

Sui social in lingua inglese, diminuiscono leggermente i follower della Pagina Facebook (-0,3%), sono in calo le visualizzazioni (-29,5%) ma aumentano le interazioni (+9,4%), la cause sono le stesse individuate per la pagina in italiano. Su X crescono i follower (+1,6%) e le visualizzazioni (+5,8%), ma diminuiscono le interazioni (-31,5%).

Su Instagram crescono i follower (+8,1%), aumentano le visualizzazioni dei post sul Feed (+86,3%) e dei Reels (+254,5%) grazie alle campagne always-on che adesso includono anche questi contenuti, e crescono le interazioni sui Reels (+200,9%). Sono in calo invece le interazioni sui post del Feed (-19,5%) e le Stories (-25%) questo trend si iscrive, ed è la conseguenza, in una diminuzione organica del numero mediano delle interazioni che per i post del Feed è calato del -36% rispetto al 2022. Crescono gli iscritti al canale YouTube (+7,2%) e i follower su Pinterest (+2,3%), ma su entrambi i canali si riducono le visualizzazioni e le interazioni. Su TikTok non sono ancora disponibili dati di benchmark sul trimestre dell'anno precedente, ma su base trimestrale sono in crescita i follower (+59,8%) e si sono ottenute più di tre milioni di visualizzazioni durante questo trimestre.

Cresce il numero di iscritti al canale newsletter (+20,3%), e aumenta il tasso di apertura (+2,4%), mentre diminuisce il CTR (-31,2%). In termini di traffico generato su [visittuscany.com](https://www.visittuscany.com) si ha un incremento del +62,8% di sessioni provenienti dal canale newsletter.

Aumenta il numero degli enti e associazioni iscritti su Make (+77%) e degli operatori turistici ed economici (+7,4%), in questo trimestre su Make IAT sono stati profilati più di 110.00 turisti.



Nota all'analisi qualitativa

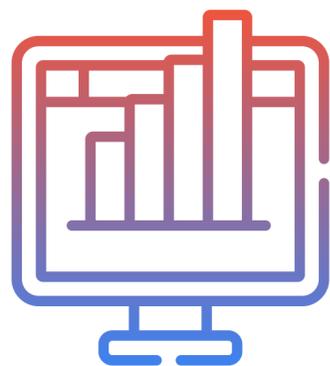
- I dati delle FB Stories non sono riportati su questo report a causa di una variazione sulla piattaforma Meta Business Suite che ha reso inaccessibili i dati antecedenti ai 28 giorni, per cui non sono disponibili funzioni per l'export e l'analisi dei dati.
- Rispetto ai report precedenti sono esclusi i dati demografici e quelli relativi alle caratteristiche dei dispositivi utilizzati dagli utenti per accedere al sito, in quanto su GA4 sono disattivati la raccolta dati di Google Signals e la raccolta dei dati granulari su posizione e i dispositivi utilizzati.

- I dati di performance acquisiti da Google Analytics 4 per l'analisi di visittuscany.com sono stati modellati applicando i seguenti coefficienti: x2,53 per la metrica page view, x2,1 per le sessioni e x2,7 per gli utenti. Si è reso necessario questo aggiustamento per compensare un'analisi sottodimensionata di queste tre metriche da parte di Google Analytics, la causa è nella modellazione errata di GA4 a seguito del condizionamento del tag con il cookie banner. I coefficienti di modellazione sono stati ricavati utilizzando i dati di benchmark ricavati da Metricool: uno strumento che utilizziamo per le analisi di comparazione sui dati traffico su visittuscany.com.

TOSCANA
Ovunque Bella



Panoramica Traffico - TOSCANA OVUNQUE BELLA



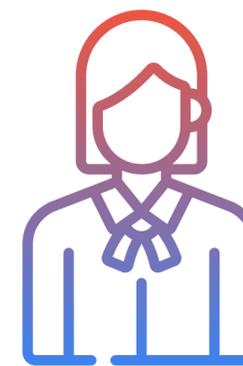
49.535

VISUALIZZAZIONI PAGINE
+44,1% vs stesso trimestre 2022



28.704

SESSIONI
+7,3% vs stesso trimestre 2022



25.545

VISITATORI
+4,7% vs stesso trimestre 2022



Traffico per nazione

	SESSIONI	% variazione stesso trim 2022
 Italia	21.949	-5,3%
 Stati Uniti	1.183	+22,6%
 Germania	507	-2%
 Regno Unito	521	-36,7%
 Francia	332	+33,9%



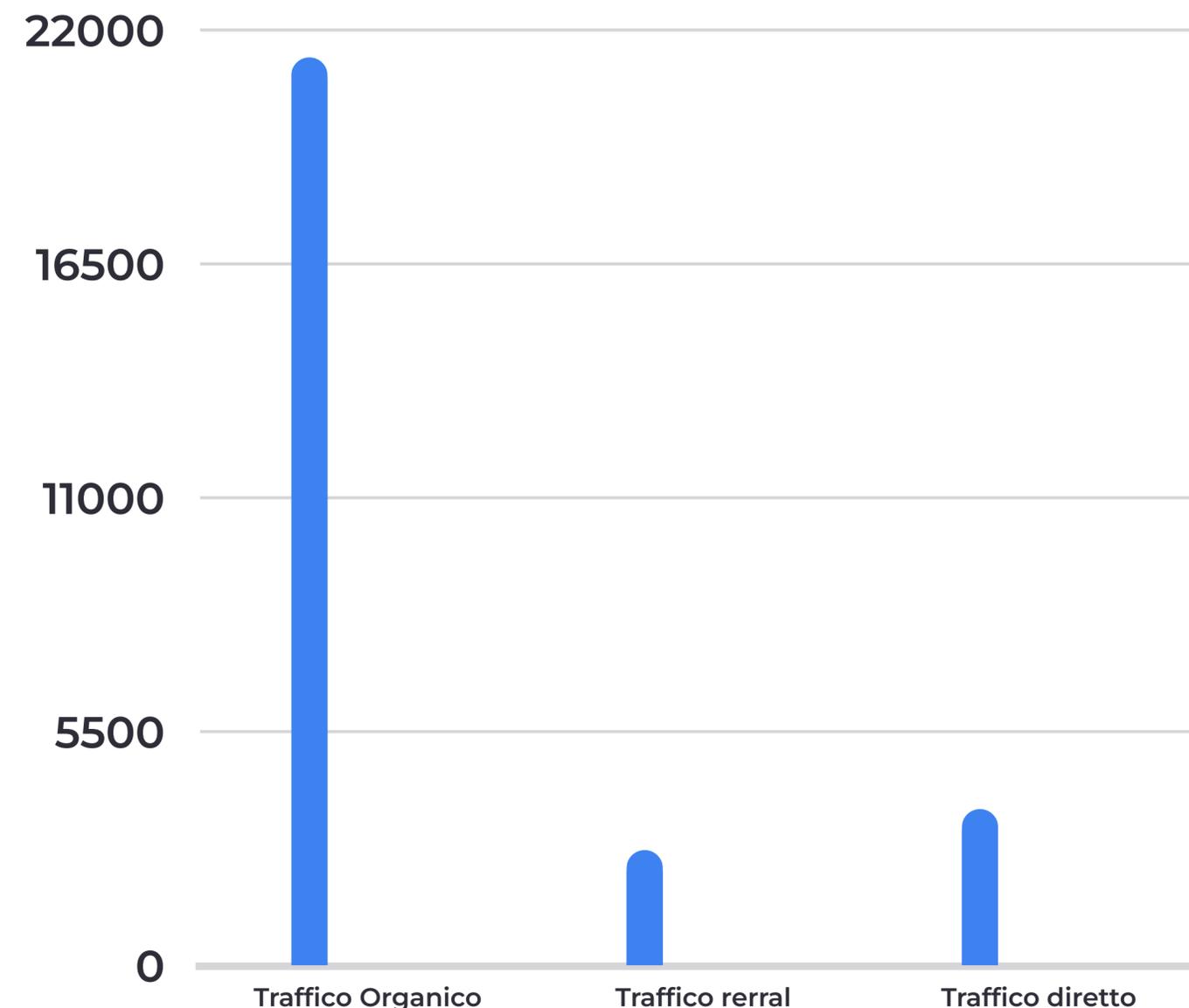
Sorgente Traffico

Overview dei canali

	SESSIONI	% variazione stesso trim 2022
Traffico organico	21.383 (74,5%)	-0,1%
Traffico diretto	3.694 (12,9%)	+73,8%
Traffico referral	2.734 (9,5%)	+1,9%

Referral canali social

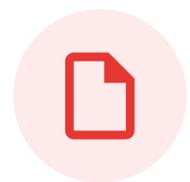
	SESSIONI	% variazione stesso trim 2022
Facebook	285	-33,7%
Pinterest	44	-8,3%
Instagram	1	-96%





Contenuti | Top 5

Titolo	Visualizzazioni di pagina	Variatz % su stesso trim 2022
VAGLI SOTTO: IL PAESE CHE NON C'È SOMMERSO DALLE ACQUE	2.161	-9,4%
SAN VINCENZO: STORIA DEL MARINAIO	856	-7,4%
POMARANCE UN TESORO NEL CUORE CALDO DELLA TOSCANA	736	+11,9%
FIRENZUOLA: TERRA DI MEZZO	579	-17,8%
GALLICANO: IL MONTE PALODINA LUOGO DEI MILLE MISTERI	548	-1%



Contenuti | Top 5

Titolo	Visualizzazioni di pagina	Variaz % su stesso trim 2022
MONTEPULCIANO ART, CULTURE, AND A TRADITION OF FINE LIVING	504	+300%
PORTOFERRAIO THE TREASURE OF MONTE CRISTO	158	+46,3%
MONTECATINI TERME: A KIND OF SUSPENDED WONDER	145	+173,6%
LUCCA: THE CITY OF MYSTERIES	138	+170,6%
FORTE DEI MARMI: THE RETURN	110	-18,5%

Performance - Video E Via Andare

Focus sulle performance complessive, nel trimestre, dei video della serie **E Via Andare** pubblicati sul canale Youtube e sulla Pagina Facebook

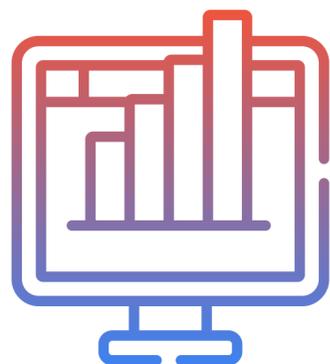
	Reach VISUALIZZAZIONI	Engagement INTERAZIONI CON I VIDEO
 Facebook	17.247	439
	Reach VISUALIZZAZIONI	Engagement LIKE, COMMENTI E CONDIVISIONI
 Youtube	5.597	145

Via Francigena

Toscana



Panoramica Traffico - VIA FRANCIGENA TOSCANA



22.210

VISUALIZZAZIONI PAGINE

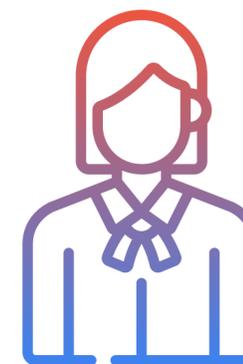
-36% vs stesso trimestre 2022



16.554

SESSIONI

-15% vs stesso trimestre 2022



14.350

VISITATORI

-6,1% vs stesso trimestre 2022



Traffico per nazione

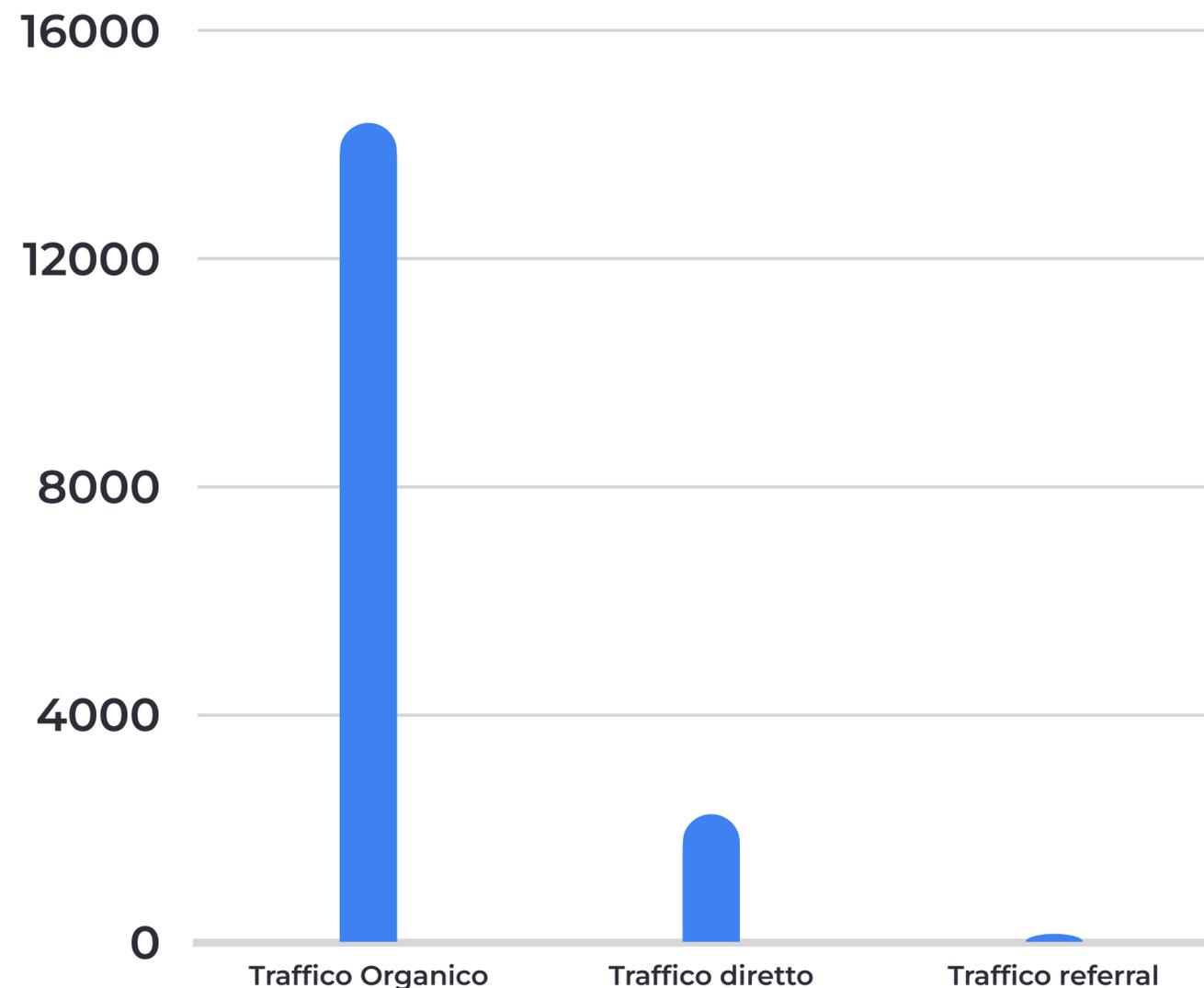
	SESSIONI	% variazione stesso trim 2022
 Italia	11.405	-23,5%
 Stati Uniti	1.325	+17,2%
 Regno Unito	710	+34,2%
 Irlanda	594	+306,8%
 Germania	250	-21,7%



Sorgente Traffico

Overview dei canali

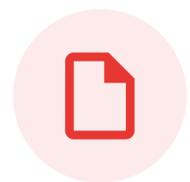
	SESSIONI	% variazione stesso trim 2022
Traffico organico	14.379 (86,9%)	-16%
Traffico diretto	2.259 (13,7%)	+19,7%
Traffico referral	149 (1%)	-56%





Contenuti | Top 5

Titolo	Visualizzazioni di pagina	Variatz % su stesso trim 2022
Ospitalità	919	-10,7%
Francigena Credenziali	833	-28,4%
Testa e Dito di Santa Caterina	805	-1,6%
Accoglienza Santa Luisa	501	-36,7%
Festa della Madonna della Guardia al Passo della Cisa	477	+7,2%



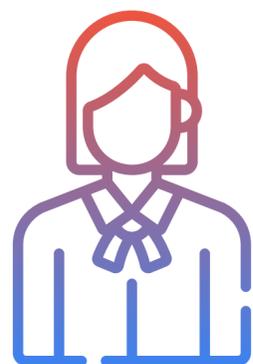
Contenuti | Top 5

Titolo	Visualizzazioni di pagina	Variatz % su stesso trim 2022
The Head and Finger of Saint Catherine	614	+2,7%
Hospitality	483	+102,1%
The Basilica of San Francesco, Siena	257	+10,8%
The Arm of Saint John the Baptist, Siena	232	+27,5%
Madonna del Voto, Siena	217	+17,3%



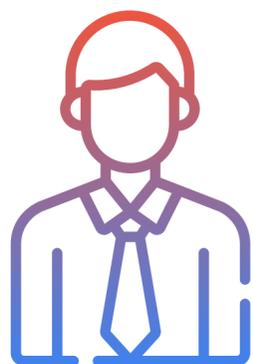
Pubblico Social Media - Facebook

Sesso



DONNA

59%



UOMO

37%

NON SPECIFICATO

4%

Età

Da 18 a 24 anni	1%
Da 25 a 34 anni	9%
Da 35 a 44 anni	26%
Da 45 a 54 anni	29%
Da 55 a 64 anni	21%
Oltre i 65 anni	14%

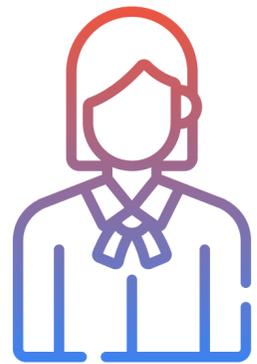
Paese

Italia	9.279
Brasile	140
Stati Uniti d'America	116
Argentina	81
Spagna	61



Pubblico Social Media - Instagram

Sesso



DONNA

43%



UOMO

34%

NON SPECIFICATO

23%

Età

Da 18 a 24 **3%**

Da 25 a 34 **24%**

Da 35 a 44 **28%**

Da 45 a 54 **25%**

Da 55 a 64 **15%**

Oltre 65 anni **5%**

Paese

Italia **9.324**

Brasile **197**

Stati Uniti **196**

Spagna **146**

Francia **106**



Performance Social Media - Panoramica

	Audience FAN/FOLLOWERS	Reach VISUALIZZAZIONI	Engagement SOMMA DI REAZIONI, CONDIVISIONI E COMMENTI
Facebook	10.360 +50,7% STESSO TRIMESTRE 2022	81.036 -16,8% STESSO TRIMESTRE 2022	1.658 -0,6% STESSO TRIMESTRE 2022
X	1.721 +10,6% STESSO TRIMESTRE 2022	9.228 -87,8% STESSO TRIMESTRE 2022	260 -75,5% STESSO TRIMESTRE 2022
Feed	10.846 +8,3% STESSO TRIMESTRE 2022	121.684 +20% STESSO TRIMESTRE 2022	5.777 -16,5% STESSO TRIMESTRE 2022

	Pubblicati	Engagement	Visualizzazioni	Copertura media
Stories	208 -34% STESSO TRIMESTRE 2022	44.559 -3% STESSO TRIMESTRE 2022	46.359 -7,3% STESSO TRIMESTRE 2022	222 +45,1% STESSO TRIMESTRE 2022
Reels	5 ND STESSO TRIMESTRE 2022	573 ND STESSO TRIMESTRE 2022	10.013 ND STESSO TRIMESTRE 2022	1.740 ND STESSO TRIMESTRE 2022

Social Media – Top Content

 /francigenatoscana

Francigena Toscana • trova presso Gambassi Terme. 2 settembre

La [#PieveDiChianni](#) è una chiesa antichissima, dalle origini poco conosciute. Sorge nei pressi di Gambassi Terme, e nel 990 d.C. fu una sede dell'Arcivescovo Sigeno. Le colonne all'interno sono una vera particolarità: oltre ad avere capitelli tutti diversi, le colonne a sinistra sono più corte del e altre, e presentano l'aggiunta di un piedistallo. Potete incontrare la pieve sul finire della tappa 30.

[bit.ly/Pieve-di-Chianni](#)
[#FrancigenaToscana](#)

The Parish Church of Chianni is a centuries-old church of unknown origins. It stands a short distance from [#GambassiTerme](#), and in 990 AD the Archbishop Sigeno stopped there. Its interior columns are quite peculiar: they have all different capitals and the ones on the left are shorter, featuring an added base. You can meet the church at the end of the leg 30.

[bit.ly/Parish-Church-of-Chianni](#)

IG nesi.f [[bit.ly/3suyoc7](#)]



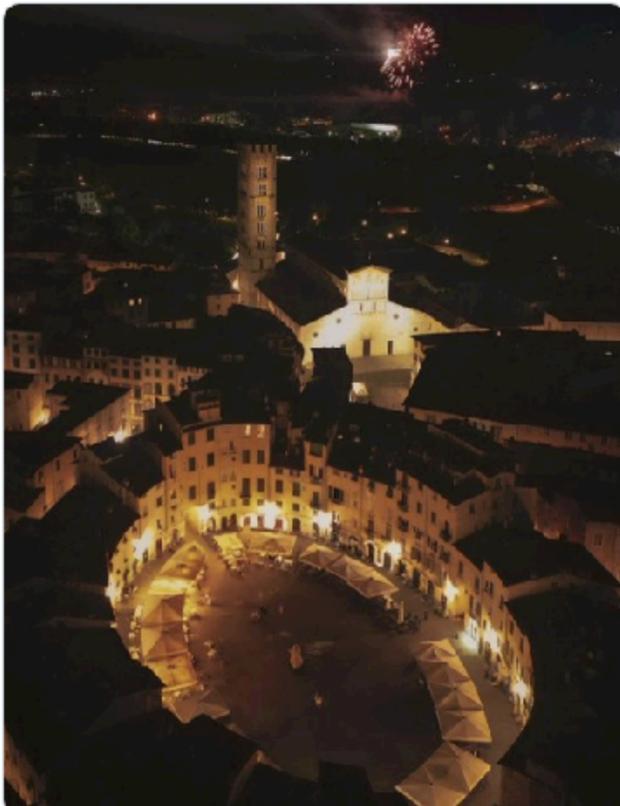
 @VFToscana

Francigena Toscana @VFToscana Promuovi

On September 13th and 14th, [#Lucca](#) honours the statue of the Holy Face in the traditional Celebration of Santa Croce, with a night procession and the typical "Luminara".

[bit.ly/Lucca-Celebrat...](#)

[@ConoscereLucca](#)
Traduci post



10:01 PM · 9 set 2023 · 514 visualizzazioni

 @FrancigenaToscana

francigenatoscana · Segui già Francigena Toscana



Piace a 362 persone

francigenatoscana [#Montecatini](#) e Siena sono collegate dalla tappa 33 della Francigena Toscana, che si snoda per circa 15 km tra...

Mostra tutti e 12 i commenti

andrea_70200 Fatto 3 volte... stupendo!

francigenatoscana @andrea_70200 🤔👍

4 LUGLIO

Visualizzazioni pagine	Numero di pagine visualizzate da parte degli utenti che hanno navigato il sito
Utenti (visitatori)	Numero di persone che hanno visitato il sito in un determinato lasso di tempo
Sessioni	Un insieme di interazioni con il sito in un determinato lasso di tempo. Un singolo utente può aprire più sessioni, che possono verificarsi nello stesso giorno o nell'arco di diversi giorni, settimane o mesi
Pagine AMP	AMP significa Accelerated Mobile Pages, si tratta di pagine web che presentano un'anteprima della pagina del sito che si vuole visualizzare, strutturate in modo da garantire il caricamento veloce/istantaneo specialmente da mobile
Traffico organico	Visite provenienti dai click sui risultati naturali, e quindi non a pagamento, che compaiono nella SERP (Search Engine Result Page - ovvero le pagine dei risultati di ricerca di Google)
Traffico diretto	Visite provenienti dall'accesso diretto al sito, digitando direttamente l'indirizzo web del sito senza pagare da Google

Traffico social

Visite provenienti dai canali social e, nello specifico, dai click sui link che dai social portano al sito

Traffico Referral

Visite provenienti da un'altra sorgente, come ad esempio un link su un altro dominio verso il nostro sito. Ciò genera traffico e quindi visualizzazioni

Follower

Numero di utenti che di un particolare social network che hanno messo "Mi piace" o hanno iniziato a seguire una pagina o un profilo per seguirne gli aggiornamenti, i post, i messaggi, i video

Reach

Numero totale di persone o account che vedono gli aggiornamenti, i post, i messaggi, i video della pagina sui social network

Engagement (social)

Somma delle interazioni con la pagina sul social network, come ad esempio like, commenti, condivisioni, per misurarne il tasso di coinvolgimento. Nelle Stories di Instagram è la somma dei tap avanti, tap indietro e risposte

Copertura media (Instagram Stories)

Numero di utenti unici a cui sono state mostrate le singole Instagram Stories durante il periodo di pubblicazione



Fonti dei dati

Dati sito	Google Analytics
Facebook	Metricool
Twitter	Metricool
YouTube	YouTube Analytics
Pinterest	Pinterest Analytics
TikTok	Metricool
Instagram	Metricool
Dati SEO	SemRush e Google Search Console
Dati newsletter	Mailchimp



[VISITTUSCANY.COM](https://visittuscany.com)

Info: staff@visittuscany.com