

**Analisi mensile dei flussi
territoriali mediante la
piattaforma
WindTre Analytics -
Confcommercio Lombardia**

Sesto Calende - Giugno - 2025

TOTALI GIORNALIERI*

Somma mensile di Visite e Visitatori** per GIORNO

Variabile	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Visite	17.918	14.049	15.841	14.262	16.087	18.558	24.838
Visitatori	13.076	10.538	11.482	10.890	12.421	15.235	20.223

*Tutti i dati sono stati scaricati dalla piattaforma WindTre Analytics il 2 Luglio 2025.

**Sono ricomprese le seguenti tipologie di visitatori:

- **Visitatore Provinciale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune diverso da quello dell'area di analisi, ma all'interno della Provincia;
- **Visitatore Regionale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune esterno alla Provincia dell'area di analisi, ma all'interno della Regione;
- **Visitatore Nazionale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune esterno alla Regione dell'area di analisi, ma all'interno della Nazione;
- **Visitatore Straniero:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con SIM estera in roaming sulla rete WindTre.



I VISITATORI DEL MESE

Media dei Visitatori* per FASCIA ORARIA e GIORNO DELLA SETTIMANA

Fascia oraria /giorno della settimana	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
00:00-06:59	102	116	146	138	79	138	238
07:00-11:59	1.086	1.117	1.561	1.116	906	936	912
12:00-14:59	732	724	744	656	542	646	878
15:00-18:59	849	835	805	775	602	970	975
19:00-23:59	584	454	607	743	893	1.635	1.006

*Sono ricomprese le seguenti tipologie di visitatori:

- **Visitatore Provinciale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune diverso da quello dell'area di analisi, ma all'interno della Provincia;
- **Visitatore Regionale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune esterno alla Provincia dell'area di analisi, ma all'interno della Regione;
- **Visitatore Nazionale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune esterno alla Regione dell'area di analisi, ma all'interno della Nazione;
- **Visitatore Straniero:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con SIM estera in roaming sulla rete WindTre.

LE VISITE DEL MESE

Media delle Visite* per FASCIA ORARIA e GIORNO DELLA SETTIMANA

Fascia oraria /giorno della settimana	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
00:00-06:59	104	119	147	139	79	138	246
07:00-11:59	1.112	1.148	1.591	1.143	928	944	919
12:00-14:59	740	728	745	662	548	647	885
15:00-18:59	867	845	817	780	610	991	980
19:00-23:59	592	460	620	758	902	1.669	1.022

*Sono ricomprese le seguenti tipologie di visitatori:

- **Visitatore Provinciale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune diverso da quello dell'area di analisi, ma all'interno della Provincia;
- **Visitatore Regionale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune esterno alla Provincia dell'area di analisi, ma all'interno della Regione;
- **Visitatore Nazionale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune esterno alla Regione dell'area di analisi, ma all'interno della Nazione;
- **Visitatore Straniero:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con SIM estera in roaming sulla rete WindTre.

- Calo complessivo del 12,5% nei visitatori e del 15% nelle visite giornalieri rispetto al mese precedente.
- Diminuzione marcata nelle fasce 07:00-11:59 (-20% dei visitatori) e 15:00-18:59 (-32,5% dei visitatori), mentre la notte (00:00-06:59) registra stabilità.
- Forte contrazione nei visitatori nei venerdì (-31% dei visitatori) e nei sabato (-30,5% dei visitatori), in crescita la domenica.
- Fascia serale (19:00-23:59) mostra la minore flessione (-2,4% dei visitatori), segnale di potenziale resilienza per le attività notturne.

La contrazione nelle ore centrali suggerisce una riduzione degli spostamenti legati alle attività scolastiche e/o professionali, mentre il sabato risente probabilmente di eventuali weekend fuori porta. La tenuta relativa della fascia serale apre opportunità per ristoranti e locali: incentivare eventi serali potrebbe compensare il calo diurno. La riduzione del venerdì richiede indagini su possibili cause esterne come eventi concorrenti o problemi logistici. Per le attività commerciali, questo dato potrebbe richiedere un ripensamento delle proposte serali e delle iniziative del fine settimana.

UN FOCUS SUI VISITATORI STRANIERI

Media dei Visitatori stranieri per GIORNO DELLA SETTIMANA

Fascia oraria /giorno della settimana	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Totale giornata	424	401	424	427	398	455	414

Top 3 Paesi di provenienza del mese



1. Regno Unito



2. Germania



3. Francia

VISITATORI STRANIERI - COMMENTO

- Giugno registra un incremento complessivo del 10% rispetto a maggio.
- Sabato a giugno emerge come giorno di punta con una media di 455 visitatori.
- I giorni feriali registrano incrementi significativi: lunedì (+21%), martedì (+27%) e mercoledì (+24%) mostrano la crescita più marcata rispetto a maggio.
- Venerdì subisce un calo (-15% dei visitatori), diventando il giorno meno frequentato della settimana a giugno.
- Domenica consolida il weekend con una crescita del 25% rispetto a maggio.

L'analisi rivela un mutamento strutturale nei flussi turistici tra maggio e giugno: i visitatori stranieri anticipano le presenze sui giorni feriali, trasformando lunedì-mercoledì in nuovi poli d'attrazione, mentre il venerdì perde appeal. Questo pattern suggerisce un'estensione dei soggiorni o un aumento di viaggi business-oriented a inizio settimana. Le attività commerciali potrebbero capitalizzare ridefinendo le offerte: promozioni serali nei giorni feriali per sfruttare la presenza straniera, e pacchetti esperienziali per il sabato-domenica, dove l'affluenza resta alta. La flessione del venerdì richiederebbe indagini su possibili cause esterne (eventi concorrenti, cambiamenti nei trasporti).

LA CAPACITÀ DI SPENDING

Media dei Visitatori* per FASCIA ORARIA e CAPACITÀ DI SPENDING

Fascia oraria /capacità di spending	Low	Mid-Low	Mid	Mid-High	High
00:00-06:59	32	39	16	13	13
07:00-11:59	254	362	133	104	122
12:00-14:59	158	219	83	67	87
15:00-18:59	180	248	96	87	95
19:00-23:59	171	236	124	99	94

*Sono ricomprese le seguenti tipologie di visitatori:

- **Visitatore Provinciale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune diverso da quello dell'area di analisi, ma all'interno della Provincia;
- **Visitatore Regionale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune esterno alla Provincia dell'area di analisi, ma all'interno della Regione;
- **Visitatore Nazionale:** utente rilevato nel punto di interesse di riferimento, con residenza effettiva in un Comune esterno alla Regione dell'area di analisi, ma all'interno della Nazione.

LA CAPACITÀ DI SPENDING - COMMENTO

- Resilienza relativa della fascia serale (19:00-23:59) che registra una stabilizzazione del segmento medio-alto di spesa.
- Incremento notturno (00:00-06:59) della clientela Mid-Low (+11%) a scapito dei Low (-14%), a parità di visitatori totali.
- Significativa riduzione dei gruppi Low e Mid-Low nelle ore di punta diurne, con picchi di -32% (Low) e -38% (Mid-Low) nel pomeriggio.

La transizione da maggio a giugno segnala una trasformazione significativa nei comportamenti d'acquisto, probabilmente influenzata da fattori stagionali. Mentre le ore diurne subiscono un contraccolpo particolarmente severo per i segmenti economici più bassi, la fascia serale dimostra maggiore vitalità con una composizione di clientela più favorevole alle attività premium. La notte emerge come nicchia promettente per strategie mirate al Mid-Low, suggerendo opportunità per proposte di intrattenimento notturno accessibili ma redditizie. Le attività commerciali dovrebbero considerare un ripensamento delle proposte diurne - potenziando magari servizi al coperto o pacchetti promozionali - mentre la sera potrebbe essere il momento giusto per introdurre esperienze gourmet o a valore aggiunto che intercettino la maggiore propensione alla spesa.