

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

Tradate - Giugno - 2025

TOTALI GIORNALIERI*

Somma mensile di Visite e Visitatori** per GIORNO

Variabile	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Visite	13.045	12.987	12.428	13.073	11.946	9.932	10.669
Visitatori	9.133	9.294	8.716	9.376	8.925	7.745	8.029

*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	72	87	85	106	62	68	66
07:00-11:59	998	1.456	1.496	1.479	1.148	618	492
12:00-14:59	457	557	513	436	350	288	285
15:00-18:59	610	638	575	640	380	645	474
19:00-23:59	280	262	312	410	370	690	408

*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	73	87	86	106	62	70	68
07:00-11:59	1.024	1.491	1.534	1.517	1.165	622	512
12:00-14:59	458	560	515	440	351	289	287
15:00-18:59	617	644	580	653	386	655	481
19:00-23:59	291	270	321	426	381	727	422

*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.

VISITATORI E VISITE DEL MESE - COMMENTO

- Calo complessivo del 19% nei visitatori e del 37% delle visite giornaliere tra maggio e giugno, con riduzioni marcate in tutti gli orari e giorni della settimana.
- La fascia 07:00-11:59 registra il crollo più netto (-52% visitatori), trainato dai giorni feriali, dove lunedì e venerdì perdono oltre il 50% della frequentazione.
- I weekend mostrano una tenuta relativa (circa -20% visite), con la fascia serale (19:00-23:59) che resiste meglio (-12%) rispetto ad altri orari.
- Giugno presenta una redistribuzione degli orari di picco: la mattina perde il primato assoluto, mentre il pomeriggio (15:00-18:59) registra un incremento nel volume di visite (che rappresentano il 22% del totale).

L'analisi rivela una trasformazione stagionale: giugno segna una riduzione generalizzata rispetto a maggio, particolarmente accentuata nelle ore mattutine dei giorni lavorativi, suggerendo un legame con dinamiche scolastiche o lavorative che in estate riducono gli spostamenti abituali. Le attività commerciali dovrebbero interpretare questa contrazione non come un calo generalizzato di interesse, ma come un cambiamento nei ritmi della comunità. La maggiore resilienza dei weekend e delle fasce serali indica opportunità per ricalibrare l'offerta: prolungare aperture serali, creare eventi nel tardo pomeriggio o promuovere formule ricreative dopo le 19:00 potrebbe compensare le perdite mattutine. La quasi totale sovrapposizione tra visitatori e visite (1,02 visite/visitatore) conferma una clientela occasionale, su cui agire con strategie di fidelizzazione per incrementare la frequenza delle presenze nei periodi di minore affluenza.

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	62	74	74	86	90	92	90

Top 3 Paesi di provenienza del mese



1. Svizzera



2. Regno Unito



3. Romania

VISITATORI STRANIERI - COMMENTO

- Martedì, mercoledì e giovedì registrano un incremento di visitatori stranieri (rispettivamente, +27,6%, +2,8% e +14,7%).
- Venerdì unica lieve flessione: -4,3% rispetto a maggio.
- Sabato e domenica in lieve rialzo.

Giugno consolida la presenza infrasettimanale dei visitatori stranieri. La leggera contrazione del venerdì potrebbe indicare un anticipo delle attività nel weekend, mentre la stabilità del lunedì conferma la necessità di strategie specifiche per i giorni di transizione. Per le attività locali, questi dati aprono opportunità per sperimentare proposte tematiche mid-week – come esperienze enogastronomiche o itinerari culturali esclusivi – sfruttando la crescente disponibilità dei turisti internazionali nei giorni tradizionalmente meno saturi.

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	12	19	17	12	12
07:00-11:59	231	307	250	189	113
12:00-14:59	74	116	80	73	54
15:00-18:59	104	165	102	100	73
19:00-23:59	67	102	72	60	50

*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

- Aumento della quota di visitatori ad alta capacità di spesa (Mid-High +0,8%, High +2%) a fronte di una diminuzione delle fasce più basse.
- Resilienza della fascia serale per gli high spender: riduzione minima del 2% nel segmento High, a fronte di cali più marcati nelle altre categorie.
- Nella fascia mattutina, sebbene la contrazione sia generalizzata, il segmento High ha registrato un calo minore rispetto agli altri.

La riduzione del traffico mattutino di Giugno rispetto a Maggio potrebbe riflettere la conclusione delle attività scolastiche che attiravano un pubblico più numeroso, prevalentemente nelle fasce di spesa medio-basse. La tenuta della fascia serale, specialmente per gli high spender, suggerisce che le attività commerciali potrebbero concentrarsi su proposte esperienziali serali per compensare il calo diurno. La lieve redistribuzione verso clienti con maggiore propensione alla spesa rappresenta un'opportunità per ottimizzare i ricavi attraverso offerte premium, soprattutto in orario serale, trasformando la contrazione del volume in valore per il territorio.