

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

Gallarate - Luglio - 2025

TOTALI GIORNALIERI*

Somma mensile di Visite e Visitatori** per GIORNO

Variabile	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Visite	43.204	56.937	57.170	55.943	47.405	46.906	30.030
Visitatori	29.244	37.291	37.486	36.818	33.228	33.167	22.018

*Tutti i dati sono stati scaricati dalla piattaforma WindTre Analytics tra il 3 e il 4 Agosto 2025. I totali possono risentire, nel confronto con il mese precedente, degli effetti legati al calendario.

**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	365	294	309	338	358	431	400
07:00-11:59	4.352	4.739	4.653	4.477	3.921	3.525	2.016
12:00-14:59	2.073	1.991	2.056	2.108	1.825	1.724	974
15:00-18:59	2.487	2.561	2.579	2.338	2.386	2.556	1.910
19:00-23:59	1.314	1.552	1.624	1.717	3.144	3.232	2.052

*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	372	301	316	346	367	440	413
07:00-11:59	4.452	4.845	4.746	4.575	3.988	3.586	2.047
12:00-14:59	2.081	2.015	2.074	2.121	1.840	1.748	982
15:00-18:59	2.520	2.601	2.616	2.377	2.427	2.597	1.938
19:00-23:59	1.365	1.616	1.671	1.761	3.219	3.348	2.116

*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.

- Sostanziale stabilità nelle visite e nei visitatori complessivi a Luglio rispetto a Giugno.
- Il pomeriggio (15:00-18:59) mostra un incremento importante il venerdì con +42%, mentre sabato e domenica registrano rispettivamente +9% e +31%. La sera (19:00-23:59) evidenzia un raddoppio dei flussi il venerdì (circa +92%) e valori in crescita negli altri giorni della settimana.
- Nella fascia notturna (00:00-06:59) si registra un calo significativo in termini di visitatori nei giorni feriali di metà settimana, con picchi negativi di circa il 35% al martedì, ad eccezione del venerdì e della domenica in crescita.
- Nella fascia mattutina (07:00-11:59) si osserva un generale calo nei giorni feriali (ad eccezione di lunedì e sabato).

Dall'analisi dei dati emerge una trasformazione nei comportamenti di visita, con un'evidente preferenza per il tardo pomeriggio e le serate estive. La netta crescita del venerdì (+92% nella fascia serale) è legata all'implementazione di eventi o promozioni efficaci che hanno attirato un pubblico più numeroso.

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	508	555	519	534	553	632	512

Top 3 Paesi di provenienza del mese



1. Svizzera



2. Regno Unito



3. Francia

VISITATORI STRANIERI - COMMENTO

- Il mese di Luglio mostra un aumento nel numero medio di visitatori stranieri rispetto al mese di Giugno (complessivamente circa +5%).
- I weekend registrano un picco significativo con Sabato in testa (+77 visitatori medi rispetto a Giugno). La Domenica mostra un recupero importante (+10%) rispetto a Giugno, suggerendo un interesse crescente per i weekend prolungati.
- I giorni feriali presentano un andamento eterogeneo con calo nei primi due giorni della settimana.

Mentre i primi giorni lavorativi mostrano una leggera flessione, già dal mercoledì si assiste a una ripresa che culmina nel weekend con incrementi a doppia cifra, suggerendo una maggiore propensione dei visitatori stranieri a estendere la permanenza o a pianificare visite più lunghe, con un evidente appeal per i giorni festivi e prefestivi. La performance del Sabato, in particolare, merita attenzione strategica per potenziare le offerte commerciali legate al tempo libero.

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	62	82	66	55	45
07:00-11:59	415	1.140	911	768	610
12:00-14:59	223	493	396	334	288
15:00-18:59	251	690	527	436	345
19:00-23:59	224	512	452	389	292

*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

- La fascia oraria (19:00-23:59) mostra un aumento significativo in tutte le categorie di spending, con +17,9% nella fascia Low, +19,6% in Mid-Low, +30,3% in Mid, +30,1% in Mid-High e +20,2% in High rispetto a Giugno.
- La fascia pomeridiana (15:00-18:59) riporta una crescita nelle categorie medie e alte, con +13,6% in Mid, +7,8% e +7,9 in Mid-Low e Mid-High rispettivamente, e +9,5% in High.
- La fascia 12:00-14:59 presenta dinamiche contrastanti con aumenti nelle fasce estreme (Low e High) e lievi cali nelle medie.

Luglio si caratterizza per una redistribuzione della spesa con picchi evidenti nelle ore serali, suggerendo un cambiamento nei comportamenti dei consumatori con maggiore propensione agli acquisti serali e pomeridiani. La fascia 19:00-23:59 emerge come momento cruciale per le attività commerciali, mentre la mattina mostra segni di affaticamento. Interessante notare come le fasce intermedie (Mid e Mid-High) siano quelle che beneficiano maggiormente di questa trasformazione, indicando una possibile polarizzazione della spesa verso segmenti medi. Le attività commerciali potrebbero capitalizzare queste tendenze con promozioni mirate nelle ore serali e rivedendo le strategie per la fascia mattutina che mostra segni di stagnazione.