

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

Lago Maggiore - Maggio 2025

TOTALI GIORNALIERI

Somma mensile di Visite e Visitatori* per GIORNO

Variabile	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Visite	121.326	118.895	126.189	220.200	228.323	295.965	218.887
Visitatori	73.549	72.326	77.551	143.073	139.246	181.363	148.255

*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	1.941	1.786	2.001	2.207	2.164	2.482	2.678
07:00-11:59	10.315	9.808	10.458	12.579	12.142	13.922	14.371
12:00-14:59	5.564	5.440	5.749	8.946	7.923	11.319	12.631
15:00-18:59	6.852	7.059	7.294	11.501	11.730	15.942	14.876
19:00-23:59	4.272	4.114	4.506	6.775	9.391	12.619	8.040

*Tutti i dati sono stati scaricati dalla piattaforma WindTre Analytics tra il 3 e il 4 Maggio 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.

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	2.058	1.904	2.098	2.360	2.297	2.658	2.839
07:00-11:59	10.725	10.255	10.902	13.041	12.664	14.435	14.885
12:00-14:59	5.667	5.554	5.852	9.154	8.103	11.550	12.886
15:00-18:59	7.283	7.489	7.760	12.194	12.469	16.931	15.584
19:00-23:59	4.590	4.514	4.924	7.281	10.122	13.610	8.518

*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.

- Crescita sia delle visite che dei visitatori totali a maggio: rispettivamente +16,8% e +13,2% rispetto ad Aprile.
- Picco assoluto di presenze il sabato in entrambi i mesi, con Maggio a 295.965 visite.
- Riduzione nei giorni infrasettimanali (lunedì-martedì-mercoledì).
- Domeniche e venerdì in crescita, oltre il 25% in più su base mensile.

A Maggio, il Lago Maggiore mostra una vitalità turistica marcata, con una riconfigurazione dei flussi turistici rispetto ad Aprile. Mentre i giorni centrali della settimana registrano un calo, si consolida la tendenza al "ponte lungo" con giovedì e venerdì che crescono in modo significativo, anticipando il picco weekend. Questo shift segnala l'affermarsi di un nuovo modello di fruizione basato su micro-vacanze di 3-4 giorni. Per le imprese locali, rappresenta un'opportunità per riconvertire l'offerta: prolungare gli orari di apertura già dal giovedì, creare pacchetti esperienziali mid-week e differenziare la comunicazione tra segmenti (coppie giovani nei weekend, terza età nei giorni feriali). Anche la Domenica, registrando numeri non lontani dal sabato, offre opportunità concrete per gli operatori: prolungare l'apertura domenicale di ristoranti e attrazioni, potenziare l'offerta mattutina (escursioni in barca, colazioni a lago).

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	7.670	7.545	8.089	10.270	11.079	11.757	9.020

Top 3 Paesi di provenienza del mese



1. Svizzera



3. Germania



2. Francia

VISITATORI STRANIERI - COMMENTO

- Incremento del 18,2% nella media dei visitatori stranieri rispetto ad Aprile.
- Giovedì, venerdì e sabato registrano gli aumenti più significativi: +43,2% (giovedì), +32,2% (venerdì) e +24,9% (sabato).
- Unica flessione il lunedì: -3,6%.
- La domenica di maggio registra un +11% rispetto ad Aprile, consolidando il weekend come periodo di forte richiamo.

L'analisi evidenzia una trasformazione nella distribuzione settimanale dei visitatori stranieri tra Aprile e Maggio: mentre Aprile presentava un andamento più uniforme con picchi nel weekend, Maggio presenta un forte incremento nella seconda parte della settimana. A partire dal giovedì si registrano incrementi a doppia cifra, culminando in un sabato che supera gli 11.700 visitatori medi. Questo slancio potrebbe essere legato all'avvio della stagione turistica primaverile, con viaggi più lunghi che includono il ponte del giovedì-venerdì. Per gli operatori, diventa cruciale capitalizzare questa estensione del weekend: attività serali del giovedì e happy hour prolungati potrebbero attrarre un target giovane, mentre i negozi potrebbero sperimentare aperture notturne il venerdì. Il lunedì, unico giorno in calo, merita attenzione: proposte tematiche (come visite guidate a musei solitamente chiusi il lunedì) potrebbero riequilibrare i flussi.

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	528	247	146	136	235
07:00-11:59	2.932	1.847	1.404	1.199	1.949
12:00-14:59	1.883	1.144	851	789	1.378
15:00-18:59	2.356	1.393	1.036	932	1.578
19:00-23:59	1.451	879	659	533	1.034

*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

- Segmenti Mid-low e Mid-high registrano la crescita più dinamica (+13,9% e +13,5%).
- Aumento più contenuto (+5,8%) nella fascia High.

L'incremento più accentuato si concentra nelle fasce Mid-low e Mid-high, indicando un allargamento della clientela verso segmenti medi. La finestra mattutina (07:00-11:59) riporta una forte presenza del segmento Low domina (2.932), seguito dal gruppo High, suggerendo una polarizzazione tra chi cerca convenienza e chi è disposto a spendere già nelle prime ore del giorno. La stessa dinamica si presenta nelle ore serali, evidenziando per le attività commerciali la necessità di sviluppare prodotti e servizi rispondenti alle esigenze di entrambi i gruppi. Interessante il lieve rallentamento del segmento premium, che potrebbe riflettere una temporanea cautela dei *big spender* o un effetto redistribuzione verso le fasce medio-alte emergenti. Le attività commerciali dovrebbero capitalizzare questo slittamento verso il mid-market con proposte di valore intermedio, specialmente nelle fasce orarie di punta.