

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

Luino Centro – Maggio 2025

TOTALI GIORNALIERI

Somma mensile di Visite e Visitatori* per GIORNO

Variabile	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Visite	8.677	9.138	16.426	16.750	16.663	18.710	12.415
Visitatori	6.223	6.306	12.271	12.530	11.823	13.532	9.717

*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	193	243	303	174	230	157	141
07:00-11:59	717	692	1.884	982	941	997	889
12:00-14:59	466	459	902	871	677	738	837
15:00-18:59	535	503	579	809	799	999	790
19:00-23:59	204	305	314	402	560	701	359

*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	197	246	306	177	233	161	144
07:00-11:59	728	713	1.926	1.006	965	1.023	912
12:00-14:59	467	466	921	886	691	746	854
15:00-18:59	554	522	608	838	835	1049	814
19:00-23:59	213	327	336	433	600	753	371

*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

- Incremento complessivo del 14,4% nelle visite e del 15,4% nei visitatori a Maggio rispetto ad Aprile, indicativo di una crescita stagionale.
- Cambiamento strutturale nella distribuzione settimanale: picco spostato da mercoledì (Aprile) a giovedì/sabato (Maggio).
- Cali nei giorni centrali: -20,2% martedì e -19,9% mercoledì.

La dinamica di Maggio mostra una riconfigurazione dei flussi verso i giorni pre-festivi e festivi, con giovedì che emerge come nuovo polo di attrazione. Per gli operatori, la concentrazione su fine settimana e giovedì suggerisce di ottimizzare logistica e offerta in questi momenti, mentre i giorni centrali potrebbero beneficiare di promozioni specifiche.

- Fascia 07:00-11:59 in netta crescita (+22,6%), consolidandosi come slot più frequentato.
- Incremento nella fascia serale (19:00-23:59): +10,3%.

La crescita complessiva di maggio riflette dinamiche stagionali positive, ma nasconde *pattern* eterogenei. L'incremento nella fascia mattutina segnala opportunità per i commercianti: aperture anticipate e servizi dedicati potrebbero catturare meglio questo flusso. La ripresa serale invita a prolungare l'apertura di attività legate alla ristorazione. Questa segmentazione temporale offre alle imprese locali una mappa per ottimizzare risorse e promozioni.

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	681	721	2.070	1.200	1.247	1.320	938

Top 3 Paesi di provenienza del mese



1. Svizzera



2. Germania



3. Francia

VISITATORI STRANIERI - COMMENTO

- Incremento del 16,6% nella media dei visitatori stranieri rispetto ad Aprile.
- Mercoledì conferma il picco settimanale (2.070 visitatori), ma gli incrementi maggiori si registrano giovedì (+436) e venerdì (+358).
- Lunedì è l'unico giorno in flessione (-37), mentre martedì mostra una crescita marginale (+28).
- Weekend in decisa ripresa: sabato +180 e domenica +148 rispetto ad Aprile.

La forte espansione dei flussi turistici a Maggio segnala l'avvio della stagione alta, con dinamiche interessanti per le attività commerciali. L'impennata di giovedì e venerdì suggerisce che i turisti stranieri stanno anticipando il weekend, creando opportunità per estendere offerte ed eventi tradizionalmente concentrati su sabato e domenica. Il mercoledì rimane il giorno clou, trainato dal mercato settimanale. Il calo del lunedì indica, invece, la necessità di sviluppare proposte *ad hoc* per questo giorno più debole. Questa redistribuzione della domanda nell'arco della settimana richiede una riorganizzazione flessibile delle attività ricettive e commerciali per sfruttare al meglio i nuovi *pattern* di visita.

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	128	9	7	7	8
07:00-11:59	411	41	32	36	63
12:00-14:59	234	30	23	31	59
15:00-18:59	244	29	22	26	50
19:00-23:59	119	14	11	17	32

*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 mattina (07:00-11:59) vede una predominanza del segmento Low, in crescita rispetto al mese di Aprile di 56 unità, seguito dal fascia High (+8).
- Nella fascia 12:00-14:59, si registra una crescita generalizzata in tutti i segmenti rispetto al mese precedente, guidata da Mid (+27,8%) e High (+20,4%).
- Pomeriggio (15:00-18:59): unica fascia in calo rispetto al mese di Aprile, con contrazioni nei segmenti Low (-20) e High (-6), segnalando criticità per attività pomeridiane.
- La fascia serale (19:00-23:59) vede una crescita rispetto al mese di Aprile, trainata dai segmenti alto spendenti.

L'analisi evidenzia come la mattina si confermi la fascia trainante con una polarizzazione tra budget e premium, offrendo opportunità per bar e caffetterie che diversificano l'offerta. Il calo pomeridiano richiede interventi mirati, forse con eventi o promozioni per rivitalizzare quel momento della giornata. La serata mostra il potenziale più interessante, con la crescita dei segmenti medio-alti che giustificano investimenti in esperienze gastronomiche o di intrattenimento di qualità.