

**Analisi mensile dei flussi
territoriali mediante la
piattaforma
Analytics Confcommercio
Provincia di Varese**

Sesto Calende - Ottobre - 2025

TOTALI GIORNALIERI*

Somma mensile di Visite e Visitatori** per GIORNO

Variabile	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Visite	10.990	10.692	14.707	13.347	16.585	16.409	17.891
Visitatori	8.008	8.116	10.555	9.834	12.507	13.432	14.779

*Tutti i dati sono stati scaricati dalla piattaforma WindTre Analytics tra il 3 e il 4 Novembre 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	68	59	61	55	52	120	282
07:00-11:59	947	928	1.290	880	932	914	885
12:00-14:59	643	622	579	601	647	775	1.020
15:00-18:59	688	693	633	711	781	1.148	1.412
19:00-23:59	341	320	333	371	843	1.089	800

*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	70	61	61	56	54	120	285
07:00-11:59	975	945	1.308	906	951	923	891
12:00-14:59	646	622	581	603	651	778	1.030
15:00-18:59	702	702	639	716	797	1.160	1.438
19:00-23:59	347	333	343	377	854	1.110	818

*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.

- Ottobre registra una contrazione del traffico sia in termini di visite che di visitatori rispetto a settembre.
- I flussi della fascia mattutina (07:00–11:59) diminuiscono in modo significativo e in maniera trasversale a tutti i giorni della settimana.
- Anche il pomeriggio (15:00-18:59), il secondo momento della giornata quanto ad afflusso, mostra un calo nel numero medio di visitatori. Lo stesso vale per le serate (19:00-23:59).
- Il sabato, pur registrando una contrazione, mantiene volumi sostenuti nel pomeriggio, mentre la domenica pomeriggio mostra una diminuzione più significativa.

La riduzione generalizzata dei flussi a ottobre riflette il naturale passaggio alla stagione autunnale avanzata. Tuttavia, la redistribuzione dei flussi offre spunti strategici per le attività locali. Il mantenimento di volumi significativi nel pomeriggio del weekend conferma la solidità della vocazione turistica di Sesto Calende: il territorio continua ad attrarre visite occasionali e turismo di prossimità, probabilmente favorito dal paesaggio autunnale del lago e dalle temperature ancora miti. Al contrario, il calo delle presenze serali suggerisce una riorganizzazione delle abitudini di consumo verso fasce orarie più diurne. In questo contesto, per le attività commerciali emergono opportunità concrete: rafforzare l'offerta nella fascia del pranzo e nel pomeriggio del weekend, sfruttando le ore centrali della giornata, e sviluppare iniziative dedicate alla clientela locale durante la 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	291	269	245	248	336	349	329

Top 3 Paesi di provenienza del mese



1. Svizzera



2. Francia



3. Regno Unito

VISITATORI STRANIERI - COMMENTO

- Ottobre registra un calo significativo nel numero medio di visitatori stranieri rispetto a settembre.
- Il pre-weekend (venerdì) e il weekend mantengono la loro attrattività, con in media 349 visitatori il sabato, 336 il venerdì e 329 la domenica.
- I giorni centrali della settimana mostrano una contrazione più marcata.

Il territorio sta attraversando una fase di transizione tipica del cambio stagionale. La concentrazione dei flussi nel weekend suggerisce che i turisti internazionali stiano privilegiando soggiorni brevi, probabilmente attratti da eventi specifici o esperienze autunnali. Le imprese dovrebbero considerare di intensificare le proposte per il fine settimana, magari con pacchetti che valorizzino i prodotti stagionali locali o le tradizioni autunnali. Il calo infrasettimanale, invece di essere visto come un limite, può diventare un'occasione per sviluppare offerte dedicate a un turismo più lento e contemplativo, che cerca autenticità e prezzi più accessibili.

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	27	25	12	9	13
07:00-11:59	226	348	111	100	97
12:00-14:59	161	220	88	68	73
15:00-18:59	179	290	109	95	83
19:00-23:59	146	173	79	50	55

*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

- Nel corso della giornata, seppur in contrazione rispetto al mese precedente, prevalgono i segmenti con più basso potere d'acquisto (Low e Mid-Low).
- I segmenti Mid, Mid-High e High mostrano una distribuzione più equilibrata, con preferenza per le ore centrali della giornata.

L'analisi di ottobre conferma la predominanza di una clientela a bassa e medio-bassa capacità di spesa. Parallelamente, vi è una quota di consumatori con disponibilità economica media e medio-alta, anch'essa in contrazione e numericamente più contenuta. Per le imprese locali, questo scenario sottolinea l'importanza di sviluppare un'offerta commerciale flessibile e scalabile: da un lato, prodotti e servizi accessibili per intercettare la domanda più ampia; dall'altro, proposte mirate e di valore aggiunto per i segmenti premium, da veicolare in fasce orarie specifiche o attraverso offerte differenziate.