

---

Michela Migliora  
Ufficio Stampa Deloitte  
Tel: +39 02 83326028  
[mimigliora@deloitte.it](mailto:mimigliora@deloitte.it)

Marzia Ongaretti, Michele Pozzi  
Omnicom PR Group  
Mob: +39 3356470291; +39 3421540357  
[deloitte-ita@omnicomprgroup.com](mailto:deloitte-ita@omnicomprgroup.com)

Marina Riva  
MonteNapoleone District:  
Barabino & Partners  
Tel. +39 02 72023535  
Cell. +39 347 297 54 26  
[m.riva@barabino.it](mailto:m.riva@barabino.it)

---

## Nasce l'osservatorio digitale di MonteNapoleone District e Deloitte per il monitoraggio del comportamento dei visitatori nel Quadrilatero della moda

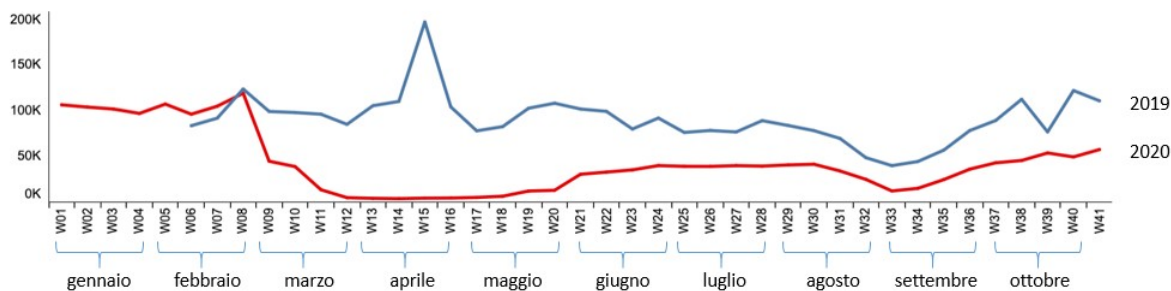
- Un percorso di innovazione e trasformazione digitale per adattarsi al nuovo contesto post-lockdown: - **57%** di visitatori unici del distretto nel 2020 **vs 2019**, con segnali di ripresa da maggio e un discreto rimbalzo nel mese di settembre.
- Crolla il numero dei visitatori stranieri (**-78%**), ma aumenta la durata della loro permanenza: **+23%**.

**Milano, 27 ottobre 2020** – Nasce la collaborazione tra **MonteNapoleone District** e **Deloitte**, azienda globale di servizi di consulenza, con l'obiettivo di offrire agli associati delle vie MonteNapoleone, Sant'Andrea, Verri, Santo Spirito, Gesù, Borgospesso e Bagutta un **innovativo servizio di monitoraggio del traffico all'interno del quadrilatero**, per analizzare i trend che caratterizzano il comportamento dei visitatori e affrontare al meglio le sfide poste dalla pandemia.

Grazie a servizi ad alto valore aggiunto come il rilevamento del foot fall, l'analisi socio-demografica del profilo degli utenti (*District Analytics*) e l'identificazione di insight di innovazione che possano amplificare l'esperienza di shopping del consumatore (*Digital Hub* - un laboratorio digitale che Deloitte mette a disposizione per condividere i trend di mercato e collaborare insieme agli associati in ambito Digitale, con 4 incontri annuali previsti), i Brand associati, player globali del settore Fashion & Luxury, saranno così in grado di **pianificare un percorso esclusivo e personalizzato per i visitatori del quadrilatero**. La capacità di raccogliere e rielaborare in ottica predittiva dati chiave come il profilo dei visitatori, il numero di presenze, la nazionalità, il tempo di permanenza, la frequenza di ritorno, sarà un asset fondamentale in un settore Retail inevitabilmente impattato dall'emergenza sanitaria Covid-19.

Infatti, come emerso dall'**analisi di Deloitte**, nel **2020 il numero dei visitatori unici** del distretto Montenapoleone (3,4 milioni) ha registrato un **calo complessivo del 57%** rispetto agli oltre 8 milioni del 2019, nonostante alcuni significativi segni di ripresa nella Fase 2 e un discreto rimbalzo nel mese di settembre.

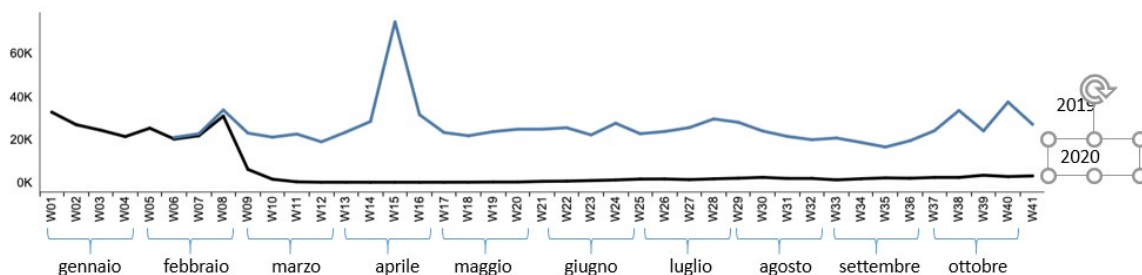
### Trend settimanale di visitatori unici



Confronto andamento settimanale del numero totale di visitatori (italiani e stranieri) 2019-2020  
Ultimo rilevamento: ottobre 2020

Le misure restrittive alla circolazione tra Paesi, imposte dai governi nazionali per contenere la diffusione del Coronavirus, ha fisiologicamente prodotto nel **2020 un crollo dei visitatori stranieri del 78%**: ovvero 379.308 contro i 1.739.764 del 2019. In particolare, nel confronto della provenienza dei visitatori stranieri nel 2019 e nel 2020, l'analisi Deloitte rileva la totale mancanza dei visitatori cinesi e un calo di quelli russi. Un dato interessante è però relativo alla **durata media delle visite dei visitatori stranieri** che ha visto un **aumento di circa il 23%**.

### Trend settimanale di visite stranieri



Confronto andamento settimanale del numero di visitatori stranieri 2019-2020  
Ultimo rilevamento: ottobre 2020

**Alessandro Mercuri, AD di Deloitte Consulting**, ha dichiarato: "Questa importante collaborazione con Montenapoleone District segna l'avvio del primo monitoraggio puntuale di un'area chiave per la città, riferimento per la moda e il lusso. In questo percorso verso la digitalizzazione dell'esperienza di shopping, Deloitte mette in campo competenze trasversali dal digital agli analytics, dalla strategia all'esecuzione per fornire e interpretare dati fondamentali allo sviluppo del comparto. Comprendere e anticipare la continua evoluzione del settore, infatti, è un elemento competitivo differenziante, a maggior ragione in un momento di grande trasformazione e di grandi sfide come quello attuale".

**Guglielmo Miani, Presidente di MonteNapoleone District**, così commenta: "In un contesto di forte discontinuità abbiamo ritenuto importante investire con Deloitte nella creazione di un Osservatorio in grado di fornire ai brand e agli hotel lusso utili strumenti analitici per la definizione di strategie aziendali trasversali, dal retail marketing al miglioramento dell'engagement e della shopping experience. Per rispondere all'evoluzione della modalità di accesso ai prodotti e servizi e alle esigenze di una clientela sofisticata diventerà infatti sempre più premiante l'integrazione di strumenti

*digitali e l'analisi dei big data nello sviluppo di innovative modalità di interazione relazionale e di vendita in ottica sempre più personalizzata".*

### **Metodologia GDPR-compliant**

Il servizio District Analytics si basa sulla piattaforma Vodafone Analytics, che consente di analizzare statisticamente i metadati generati dalla Rete 4G e 4.5G di Vodafone e di ricavare analisi ed insights su presenze, flussi e profili comportamentali della popolazione. Vodafone Analytics è realizzato nel totale rispetto della privacy aderendo in toto alla legislazione GDPR, in quanto analizza dati ed informazioni attraverso un processo di doppia pseudoanonimizzazione per poi aggregarli e proiettarli sul 100% della popolazione italiana e straniera presente sul territorio italiano.