

## Osservatorio Turistico Como e Provincia: Como primo polo lombardo fuori Milano per spesa Tax Free e arrivi a 1.8M

***Crescono del 3% le localizzazioni che operano nel settore turismo, grazie al +10% degli alloggi. Tutti i dati dell'Osservatorio promosso da Regione Lombardia, Camera di Commercio di Como-Lecco, Confcommercio Como e Global Blue***

Erba (CO), 17 novembre 2025 – Cresce il turismo nella provincia di Como, che si conferma meta di rilievo internazionale per presenze e valore economico. È quanto emerge dalla prima edizione dell'**Osservatorio Turistico Como e Provincia**, promosso da Regione Lombardia, Camera di Commercio di Como-Lecco, Confcommercio Como, Global Blue e presentato nel corso dell'Assemblea degli Albergatori di Confcommercio Como.

### **Turismo: un settore economico in crescita**

Le imprese del turismo comasco mostrano un quadro in crescita. Nei primi sei mesi del 2025, infatti, le localizzazioni che operano nel settore turismo sono arrivate a quota 5.342, con un incremento del 3% rispetto all'anno precedente. Un aumento trainato dal sotto-settore degli alloggi<sup>1</sup> (+10%), che rappresenta il 22% delle attività turistiche complessive, in un contesto in cui bar e ristoranti costituiscono circa tre quarti dell'offerta del settore.

Significativo il posizionamento qualitativo degli alberghi. Per quanto gli hotel 4/5 stelle rappresentino solo il 22% del totale, tuttavia offrono 6.790 posti letto, pari al 49% dei posti letto totali messi a disposizione dagli alberghi dell'intera provincia: una conferma della vocazione luxury del territorio e della sua capacità di attrarre un turismo alto spendente.

### **Como meta internazionale e stagionale**

Como si conferma una destinazione a forte stagionalità. Nell'anno compreso tra ottobre 2024 e settembre 2025, il territorio ha registrato 1,8 milioni di arrivi e 5,3 milioni di presenze, oltre la metà concentrati tra giugno e settembre (rispettivamente 56% e 65%). La permanenza media è di 2,9 notti, che sale a 3,4 durante l'estate.

La componente straniera rappresenta l'83% del totale, equamente divisa tra EU e non-EU, a conferma della dimensione internazionale della destinazione. Oltre all'Italia (17% degli arrivi), le principali nazionalità di provenienza sono Germania (14%), Stati Uniti (12%), Francia (9%) e Svizzera (6%).

Perché i turisti soggiornano a Como? Secondo l'Osservatorio, i motivi risiedono in un'offerta diversificata, capace di coniugare ambiente, patrimonio storico-artistico, enogastronomia, turismo sportivo e shopping. Senza dimenticare il turismo d'affari. Il Duomo di Como e Villa del Balbianello a Lenno sono le attrazioni più ricercate in rete.

### **Como primo polo lombardo dello shopping Tax Free dopo Milano**

L'appeal del territorio di Como e dello shopping per il turista extra-UE è riscontrabile anche dai dati Tax Free rilasciati da Global Blue<sup>2</sup>. Esclusa Milano, che è l'area da cui proviene oltre un terzo dello shopping tax free nazionale, Como è la prima provincia

<sup>1</sup> Servizi di alloggio, di alberghi e simili, alloggio per vacanza e altri soggiorni di breve durata, aree di campeggio e aree attrezzate per veicoli ricreazionali, servizi di intermediazione per alloggi.

<sup>2</sup> Periodo di riferimento ottobre 2024-settembre 2025. Considerate solo le transazioni superiori a €155.

lombarda per spesa Tax Free (52%), che si concentra principalmente in due comuni specifici: il capoluogo e Bellagio, che insieme contribuiscono all'80% della spesa totale. Per quanto riguarda le categorie merceologiche, tre acquisti su quattro rientrano nel Fashion & Clothing (40%) e nella GDO (33%). Tuttavia, è il comparto Watches & Jewellery a registrare l'aumento della spesa più consistente: +29%, con una spesa media per shopper di circa 1.300 euro.

Escludendo il contributo della GDO, caratterizzata da dinamiche non indicative del fenomeno turistico, il mercato mostra una crescita della spesa del 6%, con una spesa media per shopper di €730. Per quanto riguarda le nazionalità, gli shopper provenienti da Stati Uniti (38%) e Svizzera (23%) generano oltre metà della spesa complessiva. Seguono i Paesi del Golfo<sup>3</sup> (8%), che mostrano la crescita più sostenuta (+24%), e i visitatori provenienti da Regno Unito (4%) e America Latina (4%). Il profilo dello shopper evidenzia, inoltre, una forte presenza di viaggiatori ad alta capacità di spesa: un quinto della spesa lo realizza lo shopper UHNWI (7%) e HNWI<sup>4</sup> (12%), con i primi che crescono addirittura del +134%, registrando una spesa media per shopper di €6.7k. Inoltre, mentre le fasce più giovani – Gen Z e Millennials – crescono rispettivamente del 20% e dell'8%, le generazioni più adulte sono quelle che incidono di più sulla spesa (65%).

Infine, dall'Osservatorio si evince come quattro shopper su dieci acquistino esclusivamente a Como, mentre la quota rimanente sceglie di comprare anche in mete differenti, in particolare Milano (52%), Serravalle (18%) e Roma (10%).

### Per scaricare l'Osservatorio completo:

<https://www.globalblue.com/en/business/knowledge-hub/osservatorio-turistico-como-e-provincia>

#### GLOBAL BLUE

Global Blue è il business partner dell'intera shopping journey, offrendo tecnologie e servizi per migliorare le performance dei brand e l'experience di chi acquista.

Con oltre 40 anni di esperienza, oggi mette in contatto migliaia di retailer, acquirer e hotel con quasi 80 milioni di consumatori in 53 Paesi, operando in tre settori: Tax Free Shopping, Pagamenti e Post-Purchase solutions.

Con più di 2.000 dipendenti, Global Blue ha generato 33 miliardi di euro di Sales in Store e 508 milioni di euro di ricavi nell'esercizio 2024/25. Global Blue è quotata alla Borsa di New York Stock Exchange.

Per maggiori informazioni: [www.globalblue.com](http://www.globalblue.com)

#### UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue

Massimiliano Mellone  
Mob. +39 345 6745686  
[globalblue@utopialab.it](mailto:globalblue@utopialab.it)

<sup>3</sup> Arabia Saudita, Kuwait, Emirati Arabi Uniti, Qatar.

<sup>4</sup> UHNWI: shopper che spende più di 70k€ in Tax Free shopping in un anno; HNWI: shopper che spende tra i 25k€ e i 70k€ in Tax Free shopping in un anno.