

Global Blue

Tax Free Shopping: a Como cresce la spesa nel 2025 (+6%), meglio di Milano

L'analisi di Global Blue mostra un lieve calo della spesa dello shopper svizzero negli acquisti retail (-1%), mentre cresce quella destinata alla GDO (+4%). A trainare il mercato sono le altre nazionalità extra-UE: shopper più giovani e più altospendenti, propensi al lusso e agli acquisti in orologeria e gioielleria

Como, 31 marzo 2026 – Cresce del +6% la spesa Tax Free a Como nel 2025, a una velocità superiore rispetto alla media nazionale (+3%). Un risultato che consolida la sua posizione come principale hub Tax Free in Lombardia, dopo Milano. I volumi generati dagli shopper svizzeri rappresentano il 61% del totale, lasciando il restante 39% a tutte le altre nazionalità extra-UE, il cui tasso di crescita, tuttavia, è cinque volte superiore a quello degli svizzeri. Questi due distinti profili di shopper sono stati oggetto di focus dedicati da parte di Global Blue durante l'evento "Lo shopper internazionale a Como".

Lo shopper svizzero guida il mercato Tax Free di Como

Lo shopper svizzero destina il 67% della propria spesa nella GDO. Questa tendenza è rafforzata dal fatto che il 46% degli svizzeri ricorre al Tax Free shopping solo per la spesa nei supermercati cross-border. Ciò rappresenta un'importante opportunità di attrazione per i retailer dell'area di Como, al momento ancora in gran parte da sfruttare.

Considerando la forte incidenza della GDO nel mercato comasco (42%), lo studio Global Blue ha scelto di approfondire l'analisi del profilo dello shopper svizzero sugli acquisti nel solo mercato retail. In questo segmento, i volumi riferiti agli svizzeri passano dal 61% al 34%. Tale percentuale rimane comunque significativa, soprattutto perché Como rappresenta la seconda destinazione italiana preferita dagli svizzeri dopo Milano. Proprio da Milano emerge un bacino di potenziali acquirenti che Como potrebbe attrarre ulteriormente: appena il 34% degli svizzeri acquista tra Milano e Como, mentre il 66% predilige effettuare acquisti esclusivamente nel capoluogo lombardo¹.

Lo shopper di Como presenta un'età media superiore a quella di Milano. Tuttavia, registra una crescita più rapida della quota di shopper appartenenti alla Gen Z (+13% contro +9%). Rispetto al capoluogo, inoltre, Como riesce ad attrarre una quota analoga di turisti svizzeri altospendenti, ma questi incidono solo per il 45% sulla spesa totale, un dato significativamente inferiore rispetto al 73% di Milano. L'abbigliamento (56%) e le calzature (17%) sono le categorie di prodotto più rilevanti, mentre cala il segmento Watches & Jewellery (-14%).

A trainare la crescita di Como è l'insieme delle nazionalità extra-UE non elvetiche

Nonostante lo svizzero sia la prima nazionalità per il mercato Tax Free di Como, l'aumento della spesa è guidato dagli shopper extra-UE non svizzeri. Infatti, questo specifico profilo ha registrato un incremento della spesa del +11%, con un contributo particolarmente significativo da parte degli americani (+15%, rappresentando il 31% del totale) e degli arabi (+14%, con il 17% del totale).

Si tratta di uno shopper più giovane rispetto a quello svizzero, con una crescita della componente Gen Z del +28%. Gli altospendenti arrivano a pesare per il 66% della spesa Tax Free, mentre il 43% del portafoglio è allocato nel lusso. Tra le categorie di spesa, spicca il Watches & Jewellery, che pesa per il 23% e ha registrato un incremento del +60% nel 2025.

In prospettiva

I viaggiatori svizzeri e quelli provenienti dalle altre nazionalità extra-UE presentano quindi dinamiche differenti. I primi continuano a privilegiare la GDO, un segmento che il retail deve saper intercettare, anche alla luce di un calo della spesa del -1% registrato nell'ultimo anno.

¹ Fatto cento gli shopper svizzeri che hanno acquistato a Milano e/o Como

Global Blue

Al contrario, le altre nazionalità mostrano una crescente propensione all'acquisto a Como, orientandosi anche in segmenti con scontrini più elevati, come il lusso e l'orologeria/gioielleria. Attrarre lo shopper svizzero della GDO e continuare a offrire un'esperienza premium al turista extra-UE sono le chiavi che possono contribuire alla continua crescita dell'area.

Infine, il report Global Blue ha presentato una proiezione basata sui dati di ricerca di soggiorno forniti da Lybra Tech. Tali dati evidenziano un aumento delle ricerche per Como e Bellagio, provenienti in particolare da turisti americani e britannici, anche per la stagione estiva ad oggi fuori dalla booking window media. Il profilo prevalente è quello delle coppie.

GLOBAL BLUE

Global Blue, una società di Shift4, è il business partner per l'intera shopping journey: connette in tutto il mondo decine di migliaia di retail e hotel con quasi 80 milioni di consumatori, fornendo tecnologia per i pagamenti, servizi Tax Free shopping e post-purchase solution per migliorare l'esperienza di vendita.

Come sua società di appartenenza, Shift4 (NYSE: FOUR) sta ridefinendo in modo innovativo il mercato, semplificando in tutto il mondo gli ecosistemi di pagamento con una soluzione commerciale end-to-end. La consolidata piattaforma commerciale gestisce miliardi di transazioni ogni anno per oltre 200.000 aziende di tutti i settori.

Per ulteriori informazioni, visita www.globalblue.com e www.shift4.com.

UTOPIA - Comunicazione e media relations Global Blue

Massimiliano Mellone: +39 345 6745686 | globalblue@utopialab.it