

COMUNICATO STAMPA

Tropea, turismo in forte crescita: ad agosto spesa a +18%. Focus sui mercati internazionali. *L'analisi tramite Destination-Geospending su dati Mastercard evidenzia un perfetto equilibrio tra spesa nazionale ed estera e svela le abitudini di consumo di americani e estereuropei.*

Tropea (VV), [28 Settembre 2026]. Il mese di agosto segna un bilancio estremamente positivo per l'economia turistica di Tropea. Secondo gli indicatori analizzati attraverso la piattaforma **Destination-Geospending** (basata su dati transazionali Mastercard e supportata dall'analisi di HBenchmark), la spesa complessiva sul territorio ha registrato un **+18% rispetto ad agosto 2025**, con un'accelerazione del **+12% rispetto al mese precedente** (luglio 2026). Lo **scontrino medio** nel mese clou dell'estate si è attestato a **33,51 €**.

Il perfetto equilibrio tra flussi domestici e internazionali L'infrastruttura analitica restituisce la fotografia di una destinazione dal respiro globale ma dal forte radicamento nazionale. La spesa di agosto, infatti, si è divisa in una condizione di perfetta parità: il **43% dello speso è stato generato dai turisti internazionali**, un altro **43% dai turisti nazionali** (extra-regionali), mentre la restante quota del 14% è da attribuirsi al turismo di prossimità intra-regionale (ad esclusione delle transazioni dei residenti).

I mercati esteri: il traino dell'area DACH e l'avanzata dell'Est Europa Analizzando nel dettaglio le provenienze estere, il mondo DACH si conferma un pilastro fondamentale per l'indotto di Tropea. La **Germania** registra un notevole **+17%** anno su anno nell'incidenza di spesa, affiancata dalla performance eccezionale dell'**Austria (+52% YoY)**. A seguire, si consolida l'importanza strategica dei Paesi dell'Est Europa, guidati da **Polonia e Ungheria**.

Si evidenzia, inoltre, un interessante "cluster" di visitatori ad alta capacità di spesa proveniente da **Stati Uniti, Australia, Regno Unito e Svizzera**, che insieme arrivano a pesare per circa il **23% dello speso totale di agosto 2026**.

Abitudini di spesa: le differenze tra USA e Polonia Il tracciamento dei KPI per settore merceologico rivela comportamenti di consumo molto diversificati:

- **Stati Uniti:** Il turista americano ad agosto ha ripartito il proprio budget destinando circa un terzo alla ristorazione e un altro terzo all'*accommodation*. Proprio in quest'ultimo comparto, il mercato USA ha fatto registrare uno scontrino medio altissimo, pari a **quasi 250 €**.
- **Polonia:** Diverso il *sentiment* di spesa del turista polacco. Poco meno del **40%** del budget è stato assorbito dalla **ristorazione**, ma la seconda industria per speso è stata quella dei **supermercati e negozi di specialità alimentari (poco più del 15%)**, seguita dall'*accommodation* (15%). Un KPI che fornisce agli operatori una chiara chiave di lettura: il mercato polacco tende a prediligere forme di ospitalità alternative all'*hotellerie* tradizionale (es. case vacanza o appartamenti), che favoriscono l'acquisto autonomo di beni alimentari sul territorio.



Presentazione dei dati di fine stagione Si anticipa, infine, che a breve verrà comunicata la data di un evento pubblico che si terrà a Tropea, durante il quale verranno presentati ufficialmente tutti i dati completi e il bilancio dell'intera stagione turistica.

Contatti:

Per HBenchmark:

Lia Dal Cappello – Project Manager – lia.dalcappello@hbenchmark.com – Tel. 351 889 1570

Per Asalt – Associazione Albergatori Tropea:

Massimo Vasinton – Presidente ASALT – info@albergatoritropea.it - Tel. 338 361 2081