Turismo indiano in Italia, cresce il numero di visitatori e la capacità di spesa

È quanto emerge dal White Paper "Tourism and luxury shopping: will India be the leading nationality of the future?", a cura di Indian Chamber of Commerce in Italy, SEA Milan Airports, Fidenza Village, Global Blue e Lybra Tech

Milano, 4 luglio 2024

È stato presentato oggi il White Paper "**Tourism and luxury shopping: will India be the leading nationality of the future?**", a cura di **Indian Chamber of Commerce in Italy**, **SEA Milan Airports**, **Fidenza Village**, **Global Blue** e **Lybra Tech**. Una ricerca che fotografa il profilo del turista indiano in Italia, il suo comportamento d'acquisto e le sue preferenze di soggiorno, fornendo un'analisi inedita su una nazionalità promettente in termini di turismo e di shopping.

Le mete preferite dal turista indiano in Italia
Dal 2008 al 2019, la domanda turistica proveniente dall'India in Italia è cresciuta costantemente, con un aumento significativo degli arrivi nelle strutture italiane da 160.000 a 593.000 all'anno. Nonostante l'arresto nella domanda dovuto alla diffusione della pandemia COVID-19, nel 2023 si è raggiunto un picco nel numero di visitatori, continuato con l'inizio del 2024 (+29% nelle ricerche di pernottamento tra gennaio e aprile rispetto all'anno precedente). Ciò ha spinto le compagnie aeree a pianificare un aumento dei voli diretti tra i due Paesi, con l'intenzione di ripristinare numerose rotte per il 2024 e il 2025.

Ad oggi le mete più ricercate sono Roma, Milano, Venezia e Capri, mentre la primavera rimane la stagione preferita per i viaggi. Nel 2024 si è registrato un notevole aumento delle richieste di soggiorno per aprile e maggio, con un'anticipazione significativa della domanda per l'estate. Verso agosto domineranno le città d'arte, mentre località come Capri, il Lago di Garda e il Chianti registrano un forte interesse tanto ad agosto quanto a settembre. Per questa estate, i turisti indiani hanno prenotato mediamente con 120-130 giorni di anticipo e faranno di Milano Malpensa il principale scalo italiano, nonché di Milano la top destination italiana in assoluto. Tra i vettori preferiti Emirates, Air India and Etihad Airways.

Per quanto riguarda il profilo del turista indiano, si registra un cambiamento in atto avviato nel 2017 e che la pandemia non ha arrestato. Mentre in passato erano protagoniste le famiglie ed i gruppi, oggi si osserva una crescente presenza di coppie e di giovani: nel 2023, i viaggiatori tra i 25 e i 34 anni rappresentavano il 38,6%. Le coppie tendono a prolungare il loro soggiorno rispetto ad altre tipologie di viaggiatori, rimanendo in struttura mediamente tra i 3,6 e i 4,3 giorni.

Il comportamento d'acquisto del turista indiano in Italia
Lo shopping Tax Free rappresenta una componente fondamentale dell'esperienza di viaggio anche per i turisti indiani. Attualmente, l'India costituisce un mercato di nicchia,

contribuendo solo per l'1,46% della spesa Tax Free totale (dati 2023). Si tratta di un picco all'interno di un trend di crescita costante, considerato che gli shopper indiani rappresentavano lo 0,82% nel 2019 e l'1,42% nel 2022. Nel primo trimestre del 2024, essi hanno segnato un tasso di recovery del 223% rispetto al 2019. Tendenza confermata anche dai risultati della Milano Design Week 2024, dove i turisti indiani hanno contribuito al 2% dei volumi con uno scontrino medio di 889 euro (+5% rispetto all'edizione precedente). Questo dato è in aumento rispetto ai 590 euro del 2019, ai circa 770 euro sia nel 2022 che nel 2023 e agli 801 euro del primo trimestre 2024.

Dallo studio, inoltre, emerge che nel 2023 il 64% degli shopper indiani aveva meno di 44 anni, con i Millennials a rappresentare il segmento più ampio (46%). È particolarmente interessante l'incremento costante del contributo alla spesa Tax Free della Gen Z, passato dall'8% nel 2019 al 18% dello scorso anno, raggiungendo infine il 24% nel primo trimestre del 2024. Prevedibilmente sono gli over 45 a registrare la spesa media più alta per shopper: 2.389 euro per la fascia 45-59 anni e 2.060 euro per gli over 60 (dati 2023).

I numeri, secondo la ricerca, certificano che il turista indiano si sta affermando come nuovo protagonista del lusso in Italia. Nel 2023, il 76% dei suoi acquisti è stato destinato a prodotti di lusso ed extra-lusso, con un aumento significativo rispetto al 69% del 2019. Lo scontrino medio per i prodotti del lusso è cresciuto del 37% (1.122 euro nel 2023) e quello per l'extra-lusso del 59% (2.333 euro). Inoltre, gli indiani mostrano una chiara preferenza per gli articoli di moda e abbigliamento, che rappresentano l'83% della loro spesa Tax Free (13 punti percentuali oltre la media).

Tra le destinazioni preferite per i loro acquisti Tax Free, oltre il 70% dei volumi si realizza su due mete specifiche: Milano (39% nel 2023, in crescita rispetto al 36% del pre-pandemia) e gli Outlet, che costituiscono un vero e proprio target di riferimento, con un contributo del 33% alla spesa Tax Free complessiva (20 punti percentuali in più rispetto al dato medio).

Il caso Fidenza Village

La predilezione dei visitatori dall'India per i villaggi dello shopping di lusso, dove è possibile coniugare shopping, e ospitalità, si riflette nel caso di Fidenza Village, parte di The Bicester Collection. Qui i dati confermano i trend positivi evidenziati dallo studio, frutto della crescita della classe media: +123% le visite rispetto al 2019. Oltre la metà degli shopper sono Millennials (57%) e l'82% di loro è un visitatore che giunge per la prima volta al Villaggio. Questo incremento è accompagnato da una crescita del loro potere d'acquisto: +23% nella spesa media rispetto al 2019.

Di seguito si elencano i principali dati emersi dal White Paper:

- La classe media è numerosa all'incirca quanto la popolazione europea: circa 500 milioni di persone;
- Dal 2017 a oggi, il profilo del turista indiano è cambiato: in viaggio non ci sono più prevalentemente famiglie numerose e gruppi, ma coppie e giovani (la fascia di età 25-34 anni rappresenta il 38,6%);
- Dal 2015 al 2019, la domanda turistica indiana è aumentata costantemente, con una variazione media annua del +16-18%; nel 2023 tale tasso ha segnato il +22,3%;
- Le destinazioni più ricercate dai turisti indiani sono le città d'arte, oltre a Capri, il Lago di Garda e il Chianti;
- Per i turisti indiani, la "Booking window" è di circa 120-130 giorni: il turista indiano pianifica il viaggio con quattro mesi di anticipo;
- Milano Malpensa sarà il principale scalo italiano, mentre Milano la top destination italiana in assoluto. Tra i vettori preferiti Emirates, Air India and Etihad Airways;
- L'andamento del traffico aereo dall'India all'Italia conferma che il numero di passeggeri è tornato ai livelli del 2019. Ciò ha spinto le compagnie aeree a pianificare un aumento dei voli diretti tra i due Paesi, ripristinando numerose rotte per il 2024 e il 2025;
- Nel primo trimestre 2024, la spesa Tax Free degli indiani ha registrato un tasso di recovery del 223% rispetto allo stesso periodo del 2019;
- Anche lo scontrino medio dei turisti indiani è aumentato: era di 590 euro nel 2019, di circa 770 euro sia nel 2022 che nel 2023, di 801 euro nel 1° trimestre 2024 (+27% rispetto al 1° trimestre 2019) e di 889 euro durante la Milano Desing Week;
- Il Fashion&Clothing domina tra gli acquisti dei turisti indiani (83%), mentre tre acquisti indiani su quattro vengono effettuati tra Milano e gli Outlet, come conferma il caso studio del Fidenza Village: qui si registra un aumento del 123% delle visite rispetto al 2019 e una crescita di oltre il 23% della spesa media.

Per informazioni
UTOPIA - Comunicazione e media relations
Piero Tatafiore - Massimiliano Mellone
Mob. +39 328 6111646 - +39 345 6745686
globalblue@utopialab.it