

SCHEDA PAESE: INDIA

Popolazione residente (2024): 1,4 miliardi circa¹

Principali città: Delhi, Mumbai, Bengaluru, Hyderabad, Chennai, Kolkata

PIL (mld € a prezzi correnti nel 2024): circa 4.100 miliardi di USD²

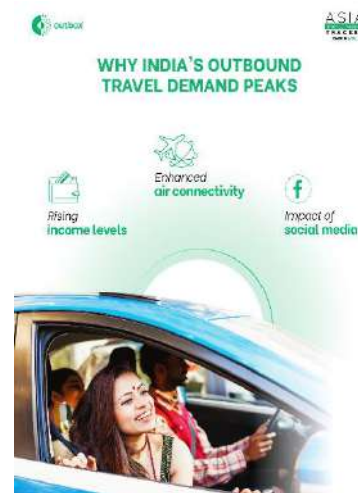
Tasso di crescita del PIL a prezzi costanti (variazioni %): +6,5% nel 2024³

Tasso di disoccupazione (%): circa 8,1%⁴

L'India, insieme alla Cina, è il Paese più popoloso al mondo, con oltre 1,45 miliardi di abitanti. Il forte sviluppo economico e l'espansione della classe media urbana, spinta da una popolazione giovane (età mediana: 28 anni), rappresentano oggi un potente motore per la crescita del turismo outbound. Secondo il report di Skift, l'82% dei viaggiatori indiani ha dichiarato che intende certamente viaggiare nel 2025, posizionando il Paese ai vertici globali per propensione al viaggio⁵.

Nel 2023, l'India ha registrato oltre 27 milioni di viaggi all'estero, superando i livelli pre-pandemici. La crescita è sostenuta dalla maggiore accessibilità aerea, dalla rimozione dei visti in molte destinazioni asiatiche e dall'impatto dei social media sulle scelte di viaggio⁶.

Secondo Future Market Insights, il valore del mercato outbound indiano è stimato in 18,8 miliardi di dollari nel 2024, con una crescita annua composta (CAGR) dell'11,4% fino al 2034. Le proiezioni di lungo periodo indicano che entro il 2030 i viaggi outbound degli indiani raggiungeranno i 38 milioni all'anno, più del doppio rispetto



¹ Worldometer (2025)

² IMF (2024)

³ IMF (2024)

⁴ CMIE (2025)

⁵ Skift (2025)

⁶ Asia Travel Market Tracker (2025)

ai livelli del 2019⁷. Un'altra proiezione stima che i viaggi internazionali degli indiani potrebbero raggiungere tra 80 e 90 milioni all'anno entro il 2040⁸.

Entro il 2040, inoltre, l'80% dei viaggiatori utilizzerà strumenti digitali e l'intelligenza artificiale in almeno una fase del proprio viaggio.

Queste dinamiche rafforzano il posizionamento dell'India come mercato strategico per il turismo globale, con rilevanti opportunità anche per l'Italia.

L'Italia si conferma una delle destinazioni europee più apprezzate dai turisti indiani, attratti da esperienze culturali, arte, shopping e lifestyle. Secondo il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale e ENIT, i flussi turistici sono principalmente diretti verso le grandi città d'arte italiane, con una crescente attenzione anche per il turismo matrimoniale e familiare, spesso incentivato dalla presenza di una consistente comunità indiana residente, concentrata in particolare in Lombardia e nel Lazio⁹.

Le destinazioni più visitate dai viaggiatori indiani sono Roma, Milano, Venezia, Firenze e Pisa, mentre Napoli inizia a emergere come tappa secondaria di interesse, grazie al suo centro storico riconosciuto dall'UNESCO, alla gastronomia e alla prossimità con la Costiera Amalfitana e Pompei¹⁰.

Parallelamente, le relazioni economico-commerciali tra Italia e India si rafforzano costantemente. Secondo il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale e ENIT, nel 2023 l'interscambio commerciale ha superato i 15,2 miliardi di euro, con una crescita del +12% rispetto all'anno precedente. L'Italia è tra i principali partner commerciali europei dell'India, posizionandosi dopo Germania e Francia per volume di scambi.¹¹

Questa sinergia tra turismo e cooperazione economica contribuisce a rafforzare il ruolo dell'Italia come destinazione strategica per la nuova classe media urbana indiana, sempre più orientata

⁷ <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-emea/consumer-insights/consumer-trends/future-of-travel-2040-insights/>

⁸ Future Market Insights (2024)

⁹ MAECI (2024)

¹⁰ MAECI (2024)

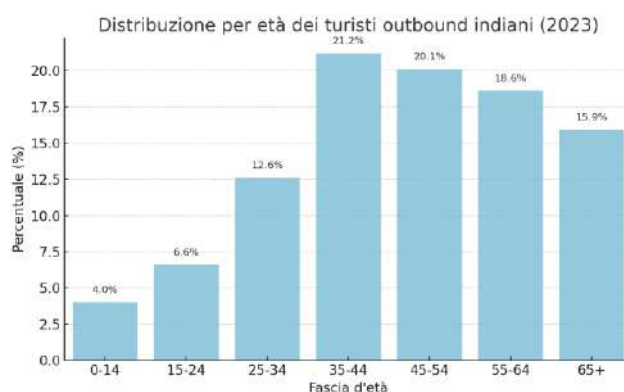
¹¹ MAECI (2024)

verso viaggi esperienziali, anche in connessione con le eccellenze italiane riconosciute a livello globale.

PROFILO DEL TURISTA INDIANO

Il turismo outbound indiano ha superato i livelli pre-pandemici nel 2023, con oltre 27,88 milioni di viaggiatori internazionali registrati¹². Questo risultato riflette la crescente propensione della popolazione indiana – soprattutto urbana – a esplorare mete internazionali, grazie all’aumento del reddito disponibile e al miglioramento della connettività aerea.

I viaggiatori si distribuiscono prevalentemente nelle fasce adulte centrali, con la quota più alta rappresentata da quelli tra i 35 e i 44 anni (21,2%), seguiti dalla fascia 45–54 anni (20,1%) e 55–64 anni (18,6%), secondo i dati ufficiali del Ministero del Turismo indiano¹³. Questi numeri confermano come il turismo internazionale sia guidato principalmente da una classe media professionalmente matura e con capacità di spesa.



Fonte: Rielaborazione SL&A su dati del Ministero del Turismo Indiano 2024

Le motivazioni di viaggio sono prevalentemente legate al tempo libero e vacanze (46,2%), seguite da visite familiari legate alla diaspora (26,9%), motivi professionali (10,3%) e turismo medico (6,9%)¹⁴.

¹² Ministry of Tourism (2024)

¹³ Ministry of Tourism (2024)

¹⁴ Ministry of Tourism (2024)



Fonte: Rielaborazione SL&A su dati del Ministero del Turismo Indiano 2024

Per quanto riguarda le destinazioni internazionali preferite, il documento ufficiale individua le mete più popolari in Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Stati Uniti, Thailandia, Singapore, e Regno Unito. L'Italia, pur non rientrando ancora tra le prime dieci destinazioni outbound, è indicata come meta emergente, scelta soprattutto per città d'arte, shopping, wedding tourism e esperienze culturali ed enogastronomiche¹⁵.

Per quanto riguarda l'organizzazione del viaggio, i dati più recenti evidenziano una crescente propensione all'uso di piattaforme digitali.

I viaggiatori, specialmente le nuove generazioni, nella loro fase ispirazionale del viaggio, sono fortemente influenzati da contenuti video brevi: reel, recensioni e contenuti creati da influencer guidano la scelta della destinazione.

Un'indagine condotta da Rakuten Insight e pubblicata da Statista nel 2023 riporta, invece, che il 53% delle donne indiane e il 42% degli uomini ha dichiarato di aver utilizzato una agenzia di viaggio online (OTA) per organizzare un viaggio¹⁶. Questo conferma l'importanza del digitale – in particolare tra le viaggiatrici – come canale preferenziale per la pianificazione e prenotazione.

Alla luce di questi elementi, destinazioni come Napoli – che combinano patrimonio culturale, itinerari archeologici, gastronomia e autenticità – possono rispondere in modo mirato ai bisogni

¹⁵ MAECI (2024)

¹⁶ Statista (2023)

del viaggiatore indiano contemporaneo, a condizione di attivare strategie digitali localizzate e prodotti esperienziali ben strutturati.

AEROPORTI

Attualmente non sono attivi voli diretti tra l'India e l'Aeroporto Internazionale di Napoli – Capodichino. I viaggiatori indiani che intendono raggiungere la città devono necessariamente transitare per altri scali europei o nazionali, principalmente Roma Fiumicino (FCO) e Milano Malpensa (MXP), che sono gli unici aeroporti italiani collegati con l'India da voli intercontinentali regolari.

Le tratte più consolidate tra India e Italia collegano città come Delhi, Mumbai, Bengaluru e Hyderabad con Roma e Milano, tramite voli diretti operati da compagnie come Air India, ITA Airways, Emirates, Qatar Airways, Etihad Airways, Lufthansa e Turkish Airlines. I collegamenti si avvalgono sia di voli di linea intercontinentali diretti (soprattutto da Delhi e Mumbai), sia di rotte con scalo via hub mediorientali e europei come Dubai, Doha, Abu Dhabi, Istanbul o Francoforte.

Una volta arrivati a Roma o Milano, i viaggiatori proseguono verso Napoli attraverso voli domestici (ITA Airways, Ryanair, EasyJet) oppure più frequentemente tramite treno ad alta velocità, grazie al collegamento diretto tra Roma Termini e Napoli Centrale in circa 1 ora e 15 minuti, operato da Frecciarossa e Italo. L'intermodalità aereo + treno rappresenta una componente rilevante nell'esperienza di viaggio per il turista internazionale in arrivo in Campania.

Secondo i dati pubblici forniti dall'Airports Authority of India (AAI), gli aeroporti di Delhi e Mumbai sono tra i principali punti di partenza del traffico aereo internazionale outbound, con oltre 24 milioni e 17 milioni di passeggeri internazionali movimentati rispettivamente nel 2023. Tuttavia, non sono disponibili dati ufficiali disaggregati relativi ai flussi outbound dall'India verso l'Italia in termini di volumi passeggeri.

La mancanza di voli diretti tra l'India e Napoli rappresenta un limite in termini di accessibilità percepita, ma può essere mitigata dalla prossimità geografica con Roma tramite il sistema ferroviario italiano.

Alla luce di questo scenario, sviluppare una strategia di comunicazione e accoglienza integrata tra gli aeroporti italiani e la destinazione Napoli – includendo anche il sistema ferroviario – può

contribuire a rendere la città più attrattiva e accessibile, specialmente per il target in crescita rappresentato dai viaggiatori indipendenti e digitali provenienti dall'India.

CROCIERISTICO

Secondo il report Asia Cruise Trends 2023, pubblicato da CLIA – Cruise Lines International Association, l'India ha registrato 278.000 crocieristi nel 2023, rappresentando il 5% del totale del mercato asiatico. Si posiziona al quarto posto tra i Paesi asiatici per numero di passeggeri, dopo Cina, Singapore e Taiwan¹⁷.

Il mercato crocieristico indiano si distingue per un target prevalentemente adulto, con la fascia 40–59 anni che rappresenta il 53% del totale, seguita da quella 20–39 anni (34%). Le famiglie multigenerazionali e i gruppi amicali sono le configurazioni di viaggio prevalenti, spesso motivati da esperienze di relax, intrattenimento, cucina internazionale e itinerari culturali. Il 65% dei passeggeri indiani sceglie crociere di durata compresa tra 4 e 6 notti, segnale di un orientamento verso viaggi di medio raggio ben organizzati¹⁸.

Sebbene la maggior parte delle partenze avvenga ancora da porti indiani (come Mumbai, Cochin e Goa), cresce l'interesse per crociere internazionali, anche fuori dal continente asiatico, da parte di viaggiatori più esperti e con maggiore capacità di spesa. In particolare, l'area del Mediterraneo occidentale è considerata una destinazione ad alto valore culturale e paesaggistico, apprezzata per la combinazione tra heritage, bellezza naturale e vivacità urbana.

L'Italia è spesso percepita come meta iconica e inclusa in numerosi itinerari europei insieme a Spagna e Francia, con città come Roma, Venezia, Genova e Napoli tra le tappe più richieste. Come sottolineato nella *Scheda Paese India* del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, *"L'Italia è spesso destinazione di partenza per crociere mediterranee."*¹⁹

Per Napoli, il potenziale risiede nel posizionarsi come tappa strategica per crociere culturali a medio raggio, valorizzando l'accessibilità alla Costiera Amalfitana, Pompei e il Vesuvio, e puntando sulla forte identità artistica, gastronomica e urbana della città.

Un'offerta orientata a gruppi familiari multigenerazionali, esperienze a terra su misura e una comunicazione digitale efficace in lingua inglese possono agevolare l'inclusione di Napoli nei

¹⁷ CLIA (2023)

¹⁸ CLIA (2023)

¹⁹ MAECI (2024)

cataloghi internazionali delle compagnie da crociera che operano sul mercato indiano, oggi in rapida crescita.

MADE IN ITALY E LUSO

L'India si configura come un mercato in forte espansione per il turismo di fascia alta e per i prodotti del Made in Italy. Secondo un'analisi pubblicata da Henley & Partners e diffusa da Visual Capitalist, l'India ha registrato una crescita dell'85% nella popolazione di High Net Worth Individuals (HNWI) tra il 2013 e il 2023, posizionandosi al secondo posto al mondo per incremento nel numero di milionari, subito dopo il Vietnam²⁰.

Questa dinamica riflette l'emersione di un nuovo segmento di viaggiatori ad alta capacità di spesa, alla ricerca di esperienze personalizzate, autentiche e sofisticate. L'Italia è considerata una meta di riferimento per questo pubblico, grazie alla qualità riconosciuta del fashion system, del design, dell'artigianato e dell'enogastronomia.

In questo contesto, lo shopping tourism gioca un ruolo strategico. Secondo Global Blue, nel luglio 2023 la spesa tax free dei viaggiatori indiani in Europa ha raggiunto il 104% dei livelli del 2019, superando il recupero post-pandemico e confermando l'India come uno dei mercati extra-UE più dinamici per acquisti nel settore lusso²¹. Gli acquisti si concentrano soprattutto su moda, pelletteria, orologi e accessori, con uno scontrino medio elevato e una spiccata preferenza per i brand simbolo del Made in Italy.

L'interscambio commerciale tra Italia e India ha superato nel 2022 i 15,4 miliardi di euro, con un incremento del 24,2% rispetto al 2021. L'Italia è il 18° partner commerciale globale dell'India e il 5° tra i Paesi dell'Unione Europea, dopo Germania, Belgio, Francia e Paesi Bassi²².

I viaggiatori cercano sempre più esperienze autentiche, significative e attente all'ambiente, e il concetto di lusso viene oggi interpretato in chiave più sostenibile: lusso e sostenibilità non sono più percepiti come opposti.

²⁰ Visual Capitalist (2023)

²¹ Global Blue (2023)

²² MAECI (2024)

In questo scenario, Napoli, pur non essendo ancora tra le mete principali dello shopping di lusso, può divenire meta ideale per un turismo premium che coniuga qualità, identità locale e sensibilità ambientale.

Napoli può valorizzare la propria tradizione sartoriale, la pelletteria artigianale, la gioielleria locale e la gastronomia identitaria per attrarre viaggiatori indiani ad alta capacità di spesa. Un'offerta esperienziale integrata – che combini ospitalità di qualità, storytelling locale e accesso a luoghi e produzioni d'eccellenza – può costituire un vantaggio competitivo per posizionarsi nel mercato emergente del lusso indiano.

MICE

Attualmente non sono disponibili dati pubblici disaggregati che quantifichino in modo specifico i flussi turistici indiani in Italia per motivi MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Tuttavia, l'evoluzione economica e tecnologica del subcontinente indiano, unita alla crescente presenza di aziende multinazionali, suggerisce una progressiva apertura verso il segmento dei viaggi d'affari internazionali e dei viaggi premio.

In questo scenario, l'Italia conferma la propria centralità nel panorama europeo e globale. Secondo l'ICCA Rankings 2023, l'Italia si è classificata al 4° posto al mondo per numero di eventi internazionali ospitati (553 eventi nel solo 2023), preceduta da Stati Uniti, Spagna e Francia, e davanti a Germania e Regno Unito²³.

Le destinazioni italiane più competitive nel comparto MICE sono Milano, Roma, Firenze e Venezia, grazie alla loro accessibilità, alla presenza di infrastrutture congressuali consolidate, e alla capacità di integrare l'esperienza business con un'offerta culturale di livello internazionale.

Alla luce di queste dinamiche, Napoli può candidarsi non solo come estensione ideale per viaggi d'affari ospitati a Roma o Milano, ma anche come destinazione pienamente autonoma e competitiva nel panorama MICE internazionale. La città dispone infatti di un sistema congressuale in espansione, location storiche per eventi privati, un'eccellente tradizione gastronomica e un patrimonio culturale riconosciuto a livello globale.

Grazie alla sua identità distintiva e alla vicinanza a Roma, Napoli può proporre un'offerta capace di coniugare contenuti professionali, esperienze autentiche e servizi di qualità.

²³ ICAA (2023)

DESTINATION WEDDING

Il destination wedding rappresenta un segmento ad alto potenziale del mercato indiano, caratterizzato da eventi complessi, simbolici e spesso articolati su più giorni, con la partecipazione di centinaia di invitati. Secondo il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, *“L’Italia [...] viene sempre più scelta anche per turismo matrimoniale.”*²⁴

I matrimoni indiani di destinazione all’estero non sono semplici cerimonie, ma esperienze immersive e scenografiche costruite con grande attenzione al dettaglio. Il budget medio per un matrimonio di destinazione si colloca tra i 55.000 e i 110.000 euro, ma può arrivare fino a 500.000 euro nei casi più personalizzati e sfarzosi²⁵. Anche differenti blog e magazines di affermati destination wedding planners nazionali confermano questi dati.

Le principali voci di spesa includono:

- l’ospitalità di fascia alta (resort, hotel 5 stelle, ville storiche),
- l’allestimento scenografico (decorazioni floreali, light design, palchi tematici),
- l’intrattenimento dal vivo (musica tradizionale e internazionale),
- la gastronomia personalizzata (fusion indo-italiana, cucina regionale con chef dedicati),
- i servizi fotografici e video professionali, sempre più richiesti anche in forma cinematografica²⁶.

L’Italia si distingue per la capacità di connettere patrimonio culturale, bellezza naturale e lifestyle in un’offerta coerente con le aspettative delle famiglie indiane. Le destinazioni preferite oggi sono Toscana, Lago di Como, Costiera Amalfitana, Puglia e Sicilia²⁷.

Tuttavia, cresce l’interesse per location meno battute che offrano autenticità, valore estetico e accessibilità internazionale. In questo contesto, Napoli – pur non figurando tra le destinazioni consolidate – può posizionarsi strategicamente grazie a:

- un patrimonio architettonico iconico (castelli, chiostrì, terrazze storiche),
- una gastronomia già rinomata a livello globale,

²⁴ MAECI (2024)

²⁵ WeddingWire India

²⁶ [WeddingWire India – Wedding Films](#)

²⁷ Distinctive Indian Weddings Italy e Italian Style Weddings



- una rete alberghiera strutturata,
- e la vicinanza a Roma Fiumicino, hub di collegamento intercontinentale.

Napoli ha quindi la possibilità di intercettare una fetta emergente e pregiata del mercato turistico indiano, proponendosi come destinazione unica per matrimoni esperienziali, culturali ed emozionali, fortemente legata all'identità del territorio.

L'India rappresenta un mercato strategico per il turismo italiano, con un potenziale ancora in parte inespresso per Napoli e il Mezzogiorno. La crescente propensione al viaggio, l'espansione della classe media urbana e l'interesse per esperienze legate a cultura, lusso, gastronomia e Made in Italy delineano un target dinamico e in costante evoluzione.

Napoli dispone di asset identitari pienamente coerenti con le motivazioni di viaggio del turista indiano: un patrimonio culturale riconosciuto, una gastronomia autentica e apprezzata, una tradizione artigianale distintiva, paesaggi iconici e una buona accessibilità ferroviaria da Roma. Elementi che, uniti a un'atmosfera autentica e vibrante, conferiscono alla città un potenziale narrativo forte e riconoscibile.

L'interesse sempre più marcato verso mete nuove e meno convenzionali, da parte di viaggiatori di fascia medio-alta in cerca di esperienze personalizzate, rende Napoli un'opzione credibile e competitiva nel panorama internazionale.

Bibliografia e Fonti

- Asia Travel Market Tracker. (2025). *Why India's Outbound Travel Demand Peaks: Key Growth Factors*. <https://the-outbox.com/why-india-outbound-travel-demand-peaks-key-growth-factors/>
- Centre for Monitoring Indian Economy (CMIE). (2025). *Unemployment rate rises to 8.1% in April 2024*. <https://www.cmie.com/kommon/bin/sr.php?dt=20240502160006&kall=warticle&msec=476>
- CLIA – Cruise Lines International Association. (2023). *Asia Market Report 2023* - <https://cruising.org/sites/default/files/2025-03/CLIA%20005%20Overview%20Asia%202023%20Year%20End.pdf>
- Future Market Insights. (2024). *India Outbound Tourism Market* - <https://www.futuremarketinsights.com/reports/india-outbound-tourism-market>
- Global Blue. (2023). *Global Blue Releases the Monthly Tax Free Shopping Business Update for July 2023*. - <https://www.globalblue.com/en/about-us/media/global-blue-releases-the-monthly-tax-free-shopping-business-update-for-july-2023>
- ICAA. (2023). *ICCA Business Analytics 2023 Country & City Rankings* - https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/iccaweb/ICCA_PA_Rankings_2024_2820ff6d-a13c-4c04-9555-82f0dee02fec.pdf
- IMF. (2024). *World Economic Outlook 2024*. <https://www.imf.org/en/Countries/IND>
- Ministry of Tourism. (2024). *India Tourism Data Compendium 2024* - https://tourism.gov.in/sites/default/files/2025-03/India%20Tourism%20Data%20Compendium%202024_0.pdf
- Ministry of Tourism. (2023). *India Tourism Statistics 2023* - <https://tourism.gov.in/sites/default/files/2024-02/India%20Tourism%20Statistics%202023-English.pdf>
- Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (2024), *Scheda di sintesi - India* - https://www.infomercatiesteri.it/paese.php?id_paesi=128
- Skift. (2025). *China and India Lead in Plans to Spend on Travel*. <https://skift.com/2025/01/24/china-and-india-lead-in-plans-to-spend-on-travel/>



Statista. (2023). *Share of online travel agency usage in India as of June 2023, by gender*. <https://www.statista.com/statistics/1218434/india-online-travel-agency-usage-by-gender/>

Think with Google. (2024). *Travel 2040: 2.4 billion reasons to get excited about the future of travel*. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-emea/consumer-insights/consumer-trends/future-of-travel-2040-insights/>

Visual Capitalist. (2023). *MoneyThe Fastest Growing Millionaire Populations, by Country (2013-2023)*. <https://www.visualcapitalist.com/the-fastest-growing-millionaire-populations-by-country-2013-2023/>

Worldometer. (2025). *India Population*. <https://www.worldometers.info/world-population/india-population/>