

India: astro nascente del duty free globale

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Novembre 2025



L'India sta ridefinendo il GTR (Global Travel Retail): con una crescita attesa del +50% dei passeggeri in cinque anni, il subcontinente è il nuovo motore del duty-free. Il settore degli alcolici è in fermento, con un +13% nei volumi, trainato dal whisky. Un'analisi sulle nuove abitudini premium di Gen Z e Millennial che trasformano il mercato.

L'**India** sta emergendo come una vera e propria superstar nel panorama mondiale del *Global Travel Retail* (GTR), in particolare per il settore delle bevande alcoliche. Con una crescita sbalorditiva e un cambiamento profondo nelle abitudini dei suoi viaggiatori, il subcontinente si prepara a diventare il **motore vitale del futuro successo del canale duty-free.**

La spinta dei volumi e la crescita esplosiva dei viaggi internazionali

I dati parlano chiaro: il mercato indiano del duty-free e travel retail sta vivendo un'accelerazione eccezionale. Secondo i dati IWSR, i volumi totali di bevande alcoliche (*Total Beverage Alcohol, TBA*) nel travel retail indiano sono **aumentati del +13% nel 2024**, un tasso che supera di gran lunga la crescita del mercato domestico indiano (+6%). Questo slancio è trainato da una previsione che fa tremare i polsi: i **passeggeri indiani** sono attesi crescere di un impressionante **+50%** nei prossimi cinque anni, alimentando un ciclo virtuoso di domanda nel GTR.

Questo incremento non è casuale, ma è il riflesso di un'economia in ascesa. La **domanda di viaggi** e il **reddito disponibile** degli indiani stanno crescendo più velocemente rispetto alle loro controparti globali, rimodellando la spesa dei consumatori e incentivando gli acquisti nel canale GTR.

Categoria (Travel Retail India, 2024)	Variazione volume (vs anno prec.)
Total Beverage Alcohol (TBA)	+13%
Spirits	+13%
Vino	+12%
RTD (Ready-to-Drink)	+123% (da base piccola)
Whisky Totale	+12%

Il dominio incontrastato dello Scotch e i segnali di diversificazione

Nonostante la forte crescita generale, il mercato duty-free indiano è ancora **fortemente sbilanciato sul whisky**, e in particolare sullo **Scotch**.

- Nel 2024, il **whisky** ha rappresentato il **74%** dei volumi di *spirit* venduti nel duty-free indiano, con lo **Scotch** che da solo detiene una quota massiccia del **65%**.
- Lo Scotch e il Bourbon sono percepiti come offerte di **miglior valore** nel GTR, rendendoli la scelta popolare per i regali, in netto contrasto con il mercato domestico, dove i volumi di whisky sono diminuiti del **-8%** nel 2024.

Tuttavia, si notano i primi, significativi **segnali di diversificazione** e sofisticazione, in linea con l'evoluzione del mercato domestico indiano (dove il numero medio di categorie di bevande consumate è salito da 6.9 a 7.2 tra marzo 2024 e marzo 2025 – Fonte: *IWSR Bevtrac*).

- Il **Japanese Whisky** e l'**Irish Whiskey** mostrano tassi di crescita impressionanti nel duty-free indiano, rispettivamente **+110%** e **+51%** in volume nel 2024, con l'Irish Whiskey che ha persino superato il whisky indiano nel canale.
- Anche categorie emergenti come la **Vodka** hanno registrato un balzo del **+48%** in volume, ben al di sopra della crescita domestica del **+17%**.

Questa diversificazione è evidente anche nel settore dei vini, dove l'India è considerata uno dei mercati con il **maggior potenziale di crescita** a livello mondiale nei prossimi anni. Nel primo semestre 2025, l'India ha segnato un'impennata delle importazioni di vino: **+50% in volume**, pur se con una preferenza ancora per le fasce di prezzo più accessibili.

La nuova mentalità del consumatore indiano e la trasformazione del retail

Il cambiamento non è solo quantitativo, ma soprattutto **qualitativo**. I consumatori indiani stanno abbandonando

comportamenti guidati unicamente dal prezzo e dall'utilità per abbracciare la **consapevolezza del marchio** e la **spesa esperienziale**, con le generazioni **Gen Z** e **Millennial** in prima linea.

Questo ha portato a un rapido mutamento del panorama retail:

1. **Declino della fascia standard/premium domestica:** molti *spirit* di fascia standard e premium faticano a ritornare nei duty-free con lo stesso successo pre-pandemia, poiché le revisioni dei prezzi in molti stati indiani li hanno resi più accessibili nel retail domestico.
2. **Focus sull'esperienza e i regali premium:** gli *store* duty-free stanno rispondendo offrendo esperienze più coinvolgenti. L'attenzione si sposta su **Single Malts**, **whiskies invecchiati** e **gin artigianali**, posizionati come regali premium da portare a casa.
3. **Strategie "India-First":** i brand globali stanno adottando strategie su misura, come *pack* a tema o confezioni regalo ispirate alle **città indiane**, e stringono partnership con celebrità locali per aumentare la risonanza culturale.
4. **Premiumisation selettiva globale:** il contesto globale conferma il trend, con i volumi TBA nel GTR previsti in crescita a un CAGR del **+3%** tra il 2024 e il 2029 (contro una previsione di volumi globali TBA essenzialmente piatti), con l'Asia a guidare con un **+4%**. Questo riflette una "premiumisation selettiva" dove i consumatori, pur bevendo meno, scelgono prodotti di **qualità superiore**.

In sintesi, il viaggiatore indiano non è solo un consumatore in crescita, ma un consumatore che sta diventando sempre più esigente e orientato al valore, ai regali di lusso e all'esperienza di acquisto, promettendo di **ridefinire l'identità stessa** del *Global Travel Retail* nei prossimi anni.

Punti Chiave:

1. **Crescita esplosiva:** I volumi di bevande alcoliche (*TBA*) nel travel retail indiano sono cresciuti del +13% nel 2024, superando il mercato domestico. Si prevede un aumento del +50% dei passeggeri indiani entro cinque anni.
2. **Supremazia dello Scotch:** Il whisky domina il duty-free indiano, coprendo il 74% dei volumi degli *spirit*; lo Scotch è la scelta prediletta per i regali grazie al percepito miglior valore.
3. **Segnali di sofisticazione:** Nonostante la dominanza, emergono nuove categorie in forte crescita: Japanese Whisky (+110%), Irish Whiskey (+51%) e Vodka (+48%), indicando una diversificazione.
4. **Cambiamento del consumatore:** I viaggiatori indiani (specialmente Gen Z e Millennial) passano da acquisti orientati al prezzo a una spesa esperienziale e consapevolezza del marchio.
5. **Strategie "India-First":** I brand globali si stanno adattando con confezioni a tema (es. Diwali) e focus su prodotti premium come Single Malts e gin artigianali nei negozi duty-free.