



ufficialmente riconosciuta da



associata a



Presentazione Paese – INDIA

IICCI – Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry

Aprile 2025



Dati Demogeografici 1



- Abitanti: oltre **1,46 miliardi**
- Età mediana: **29** (Italia 47,3, Cina 38,4, Giappone 48,4, Russia 39,6)
- Ordinamento: Repubblica federale
- Religioni: *Induismo* (79,8%), *Islam* (14,2%), *Cristianesimo* (2,3%), *Sikhismo* (1,7%), *Buddhismo* (0,7%), *Altro* (1,3%)
- Lingue ufficiali: *Hindi, Inglese, Lingue locali*
- Alfabetizzazione: **78%** (censimento 2020, 65% in quello del 2001)
- Istruzione: 993 università, 39,931 scuole superiori, 68 milioni di laureati
- Popolazione residente in aree urbane: **34%**



Dati Demogeografici 2



Città	Popolazione (in milioni di abitanti)	Settori principali	Prezzi immobili residenziali (.000 € al mq)	
			Fascia alta	Fascia media
DELHI	34,7	Capitale politica, Telecomunicazioni, IT, Settore bancario, Media, Turismo	9,5	7,8
MUMBAI	22,1	Capitale finanziaria, telecomunicazioni, sanità, gioielleria, infrastrutture	12,2	9,8
BANGALORE	14,4	Capitale dell'IT, aerospaziale, difesa, manifatturiero	8,2	6,1
CALCUTTA	15,8	Industria mineraria, conciaria, meccanica, tessile.	6,5	5,2
CHENNAI	12,3	Automotive, industria conciaria e tessile	7,8	6,3
HYDERABAD	11,3	IT, aerospaziale, farmaceutica, biotecnologie	8,5	6,7
AHMEDABAD	8,8	Tessile, automotive, manifatturiero, materiali per le costruzioni	7,0	5,5
PUNE	7,3	Automotive, IT, meccanica, agroindustria	7,5	6

Fonte: rielaborazione IICCI da varie fonti, tra cui *Statistic Times*, *No Broker* et al.

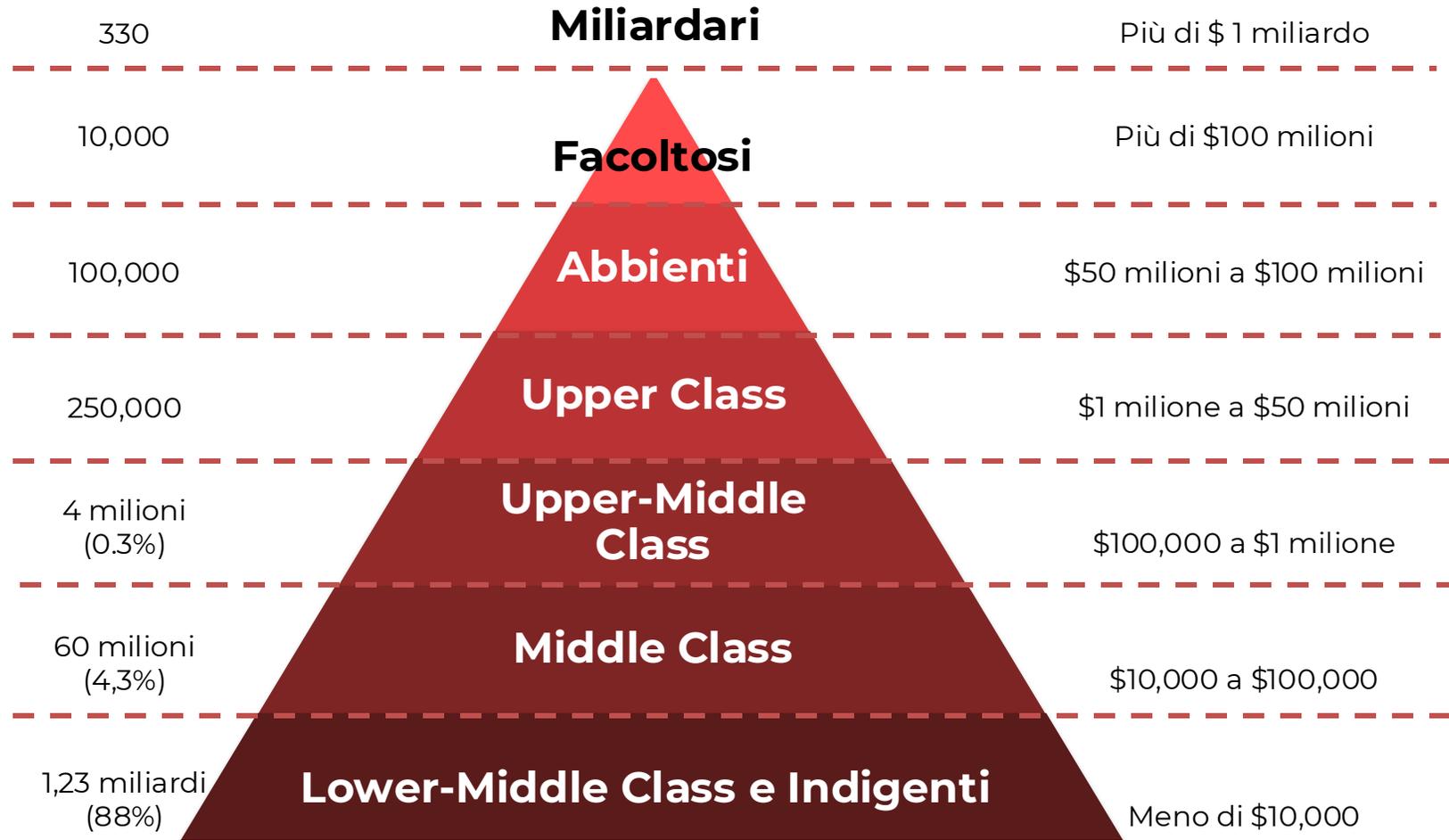


Il Consumatore Indiano

**NUMERO DI PERSONE
(% SULLA POPOLAZIONE TOTALE)**

REDDITO ANNUO (US\$)

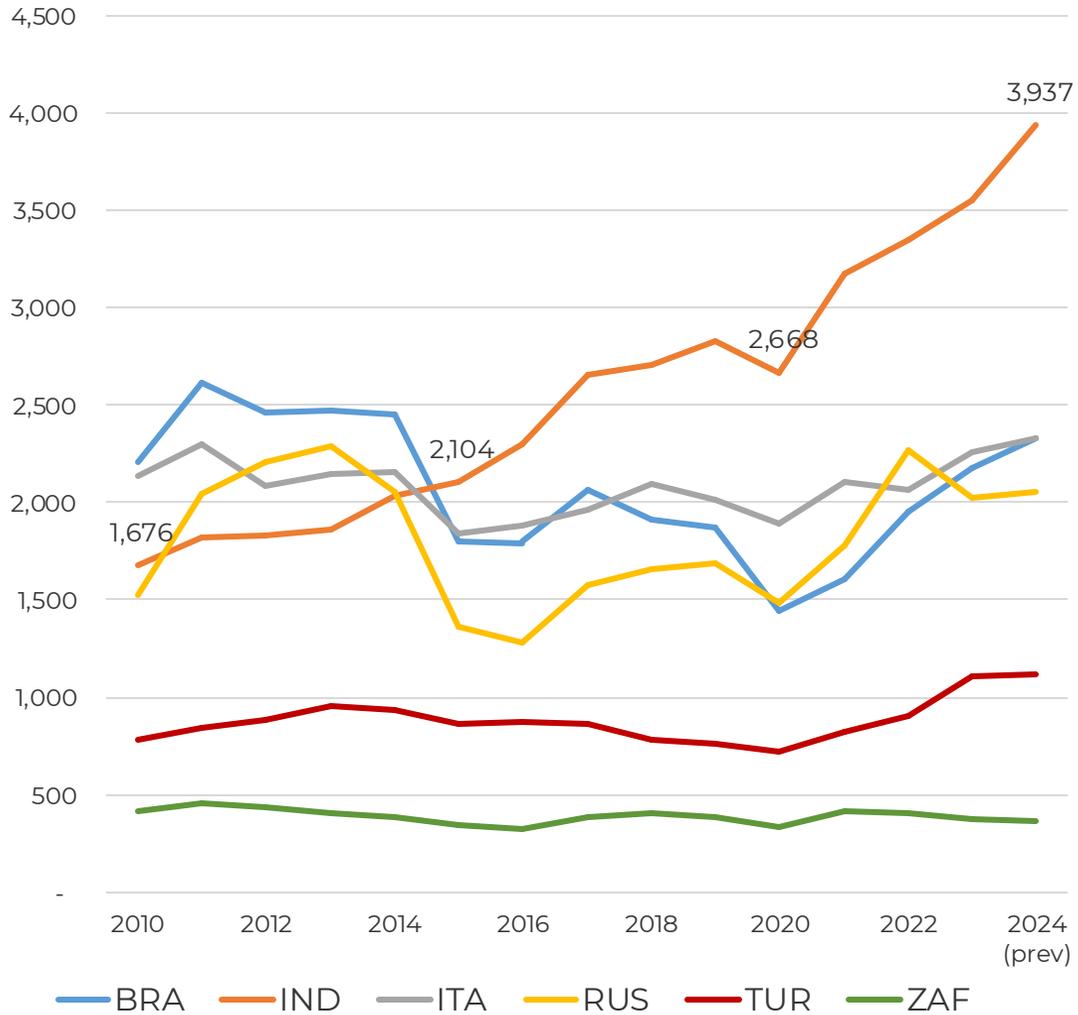
Potenziale mercato per il «Made in Italy»:
+10 milioni di persone



Elaborazione IICCI su dati Statista

L'Economia Indiana: Statistiche e Sfide

Andamento del PIL: India, Italia ed altre economie emergenti



Fonte: World Bank, valori in miliardi di US\$; International Monetary Fund per stime 2024



LE SFIDE

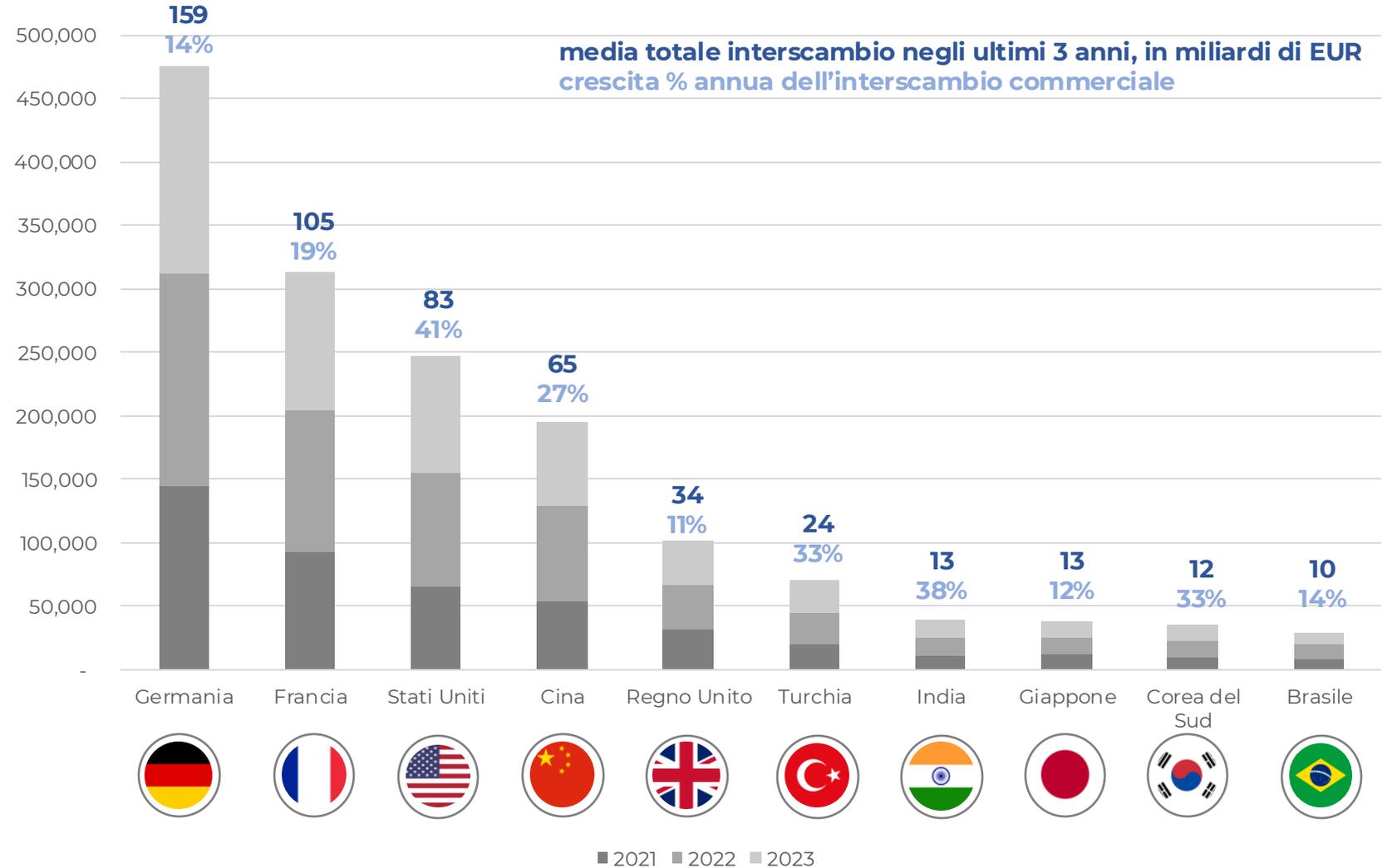
Aumentare l'attrattività del Sistema Paese intervenendo su:

- 1. Produttività, Manifatturiero e Digitale**, per incrementare le esportazioni e attrarre investimenti: *Make in India, Skill India, Digital India, Vocal About Local, Production Linked Incentives*
- 2. Modernizzazione infrastrutturale e Smart CITIES**, con focus su trasporti (aeroporti, mobilità urbana, autostrade), logistica (porti e corridoi interstatali)
- 3. Transizione ecologica ed energetica**, con focus su solare, eolico, efficienza energetica, gestione rifiuti solidi urbani e inquinamento atmosferico
- 4. Profondo rinnovamento socio-economico ed educativo**: dinamiche castali ancora radicate, soprattutto in aree rurali



Interscambio Commerciale dell'Italia: India e ROW

- Con una media negli ultimi tre anni di 13 miliardi di EUR di interscambio commerciale totale, l'India e' il 7 partner commerciale dell'Italia nel mondo.
- Con un tasso di crescita annuo del 38%, l'India, dopo gli Stati Uniti, e' il paese con l'interscambio piu' dinamico, attestandosi come secondo mercato asiatico.



Fonte: rielaborazione IICCI su dati Infomercatiesteri



Esportazioni e importazioni italiane: India e altri paesi asiatici



Posizione Mercato nell'Export dall'Italia	TOTALE EXPORT ITALIANO 2021-2023	Trend Crescita
10	51.249	22%
15	23.673	7%
17	19.041	29%
28	14.376	4%
29	13.867	32%



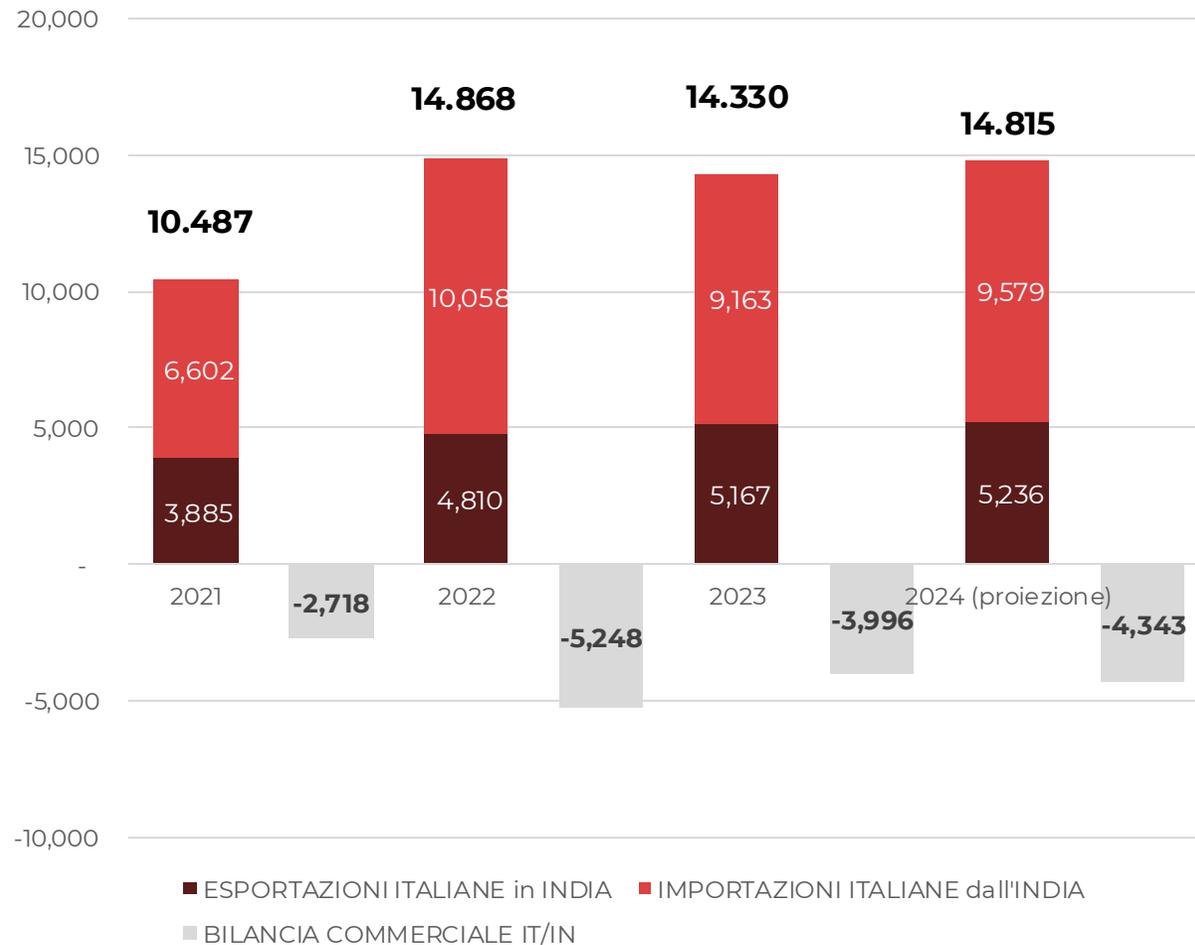
Posizione Mercato nell'Import in Italia	TOTALE IMPORT ITALIANO 2021-2023	Trendi di CRESCITA
2	144.034	32%
10	25.808	78%
14	41.324	43%
24	16.011	38%
25	15.144	21%

- Progressiva crescita in termini di interscambio commerciale negli ultimi 3 anni
- Esportazioni italiane in India: +32% incremento medio
- Importazioni italiane dall'India (significativo 43% di media di crescita annua)

Fonte: rielaborazione IICCI su dati Infomercatiesteri



Italia e India: commercio bilaterale 2020-2024



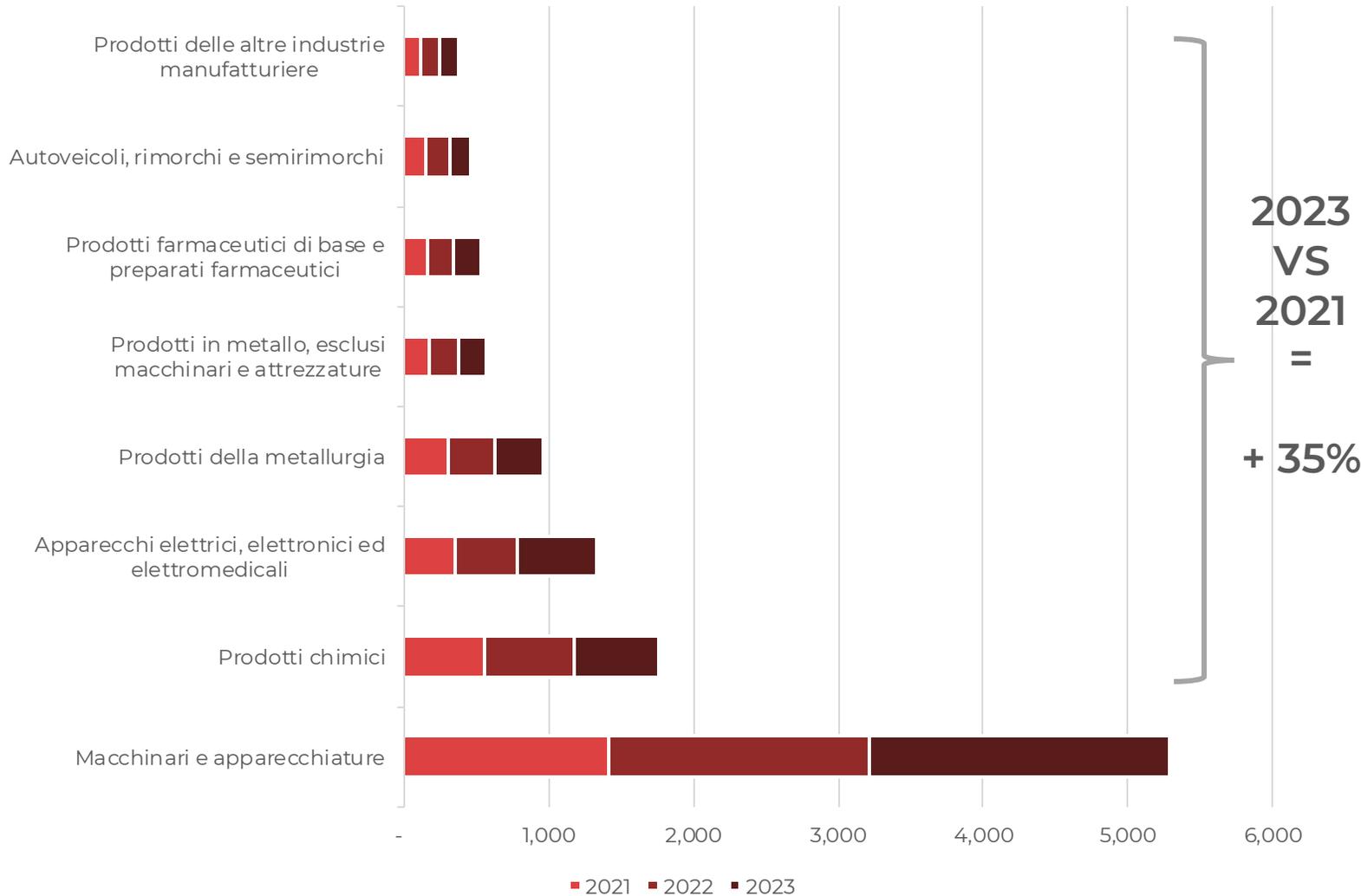
Fonte: rielaborazione IICCI su dati Infomercatiesteri

PRINCIPALI TENDENZE

- Svolta nel 2022: +42% del totale degli scambi bilaterali, +52% dell'export indiano verso l'Italia e +24% dell'export italiano verso l'India. Fattori trainanti:
 - revisione delle catene di fornitura globali delle aziende italiane
 - Aumento dei prezzi di materie prime, semilavorati e materiali finiti
- Scambi bilaterali in costante aumento, record di 14 miliardi nel 2022 mantenuto anche nel 2023 e 2024 (proiezione), ma con progressive crescita delle esportazioni italiane.
- Bilancia commerciale tradizionalmente a favore dell'India



Esportazioni italiane in India: beni strumentali

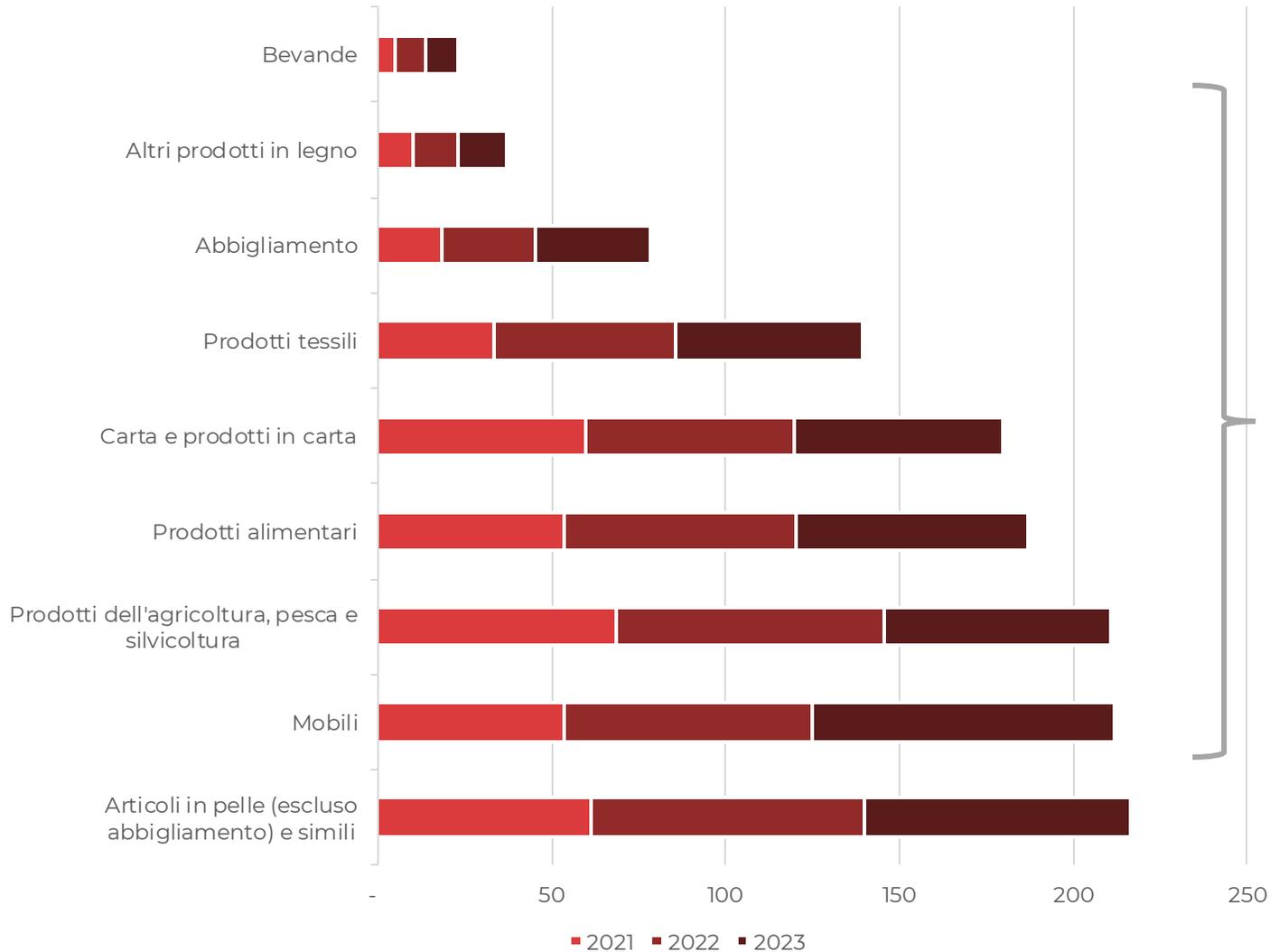


- Export italiano in India in linea con il resto del mondo: il **manifatturiero** (caldaie, pompe, macchine meccaniche ed elettriche e componenti) e' la voce principale: 40% dell'export italiano verso l'India, per un valore complessivo nel periodo di ~5,6 miliardi di US\$
- **Prodotti chimici** al 2° posto nell'export italiano verso l'India: il 9% del totale delle esportazioni nel periodo vale ~1,5 miliardi di US\$
- Con un valore di +1 miliardo di US\$ nel periodo, **Ferro, Acciaio e articoli correlati** si collocano al 3° posto nell'export italiano verso l'India, il 6% del totale: le principali applicazioni degli articoli sono nell'industria pesante, infra&costruzioni, energia e energia, automotive, macchinari e manifatturiero in genere

Fonte: rielaborazione IICCI su dati Infomercatiesteri



Esportazioni italiane in India: beni di consumo



2023
VS
2021

=

+ 28%

- Progressivo aumento delle esportazioni italiane nell'ultimo triennio: +28%
- Tra i settori più dinamici, con export superiori a 200 milioni di € ciascuno nel periodo:
 - articoli in pelle
 - mobile/arredo
 - Prodotti agricoli (frutta e piante da frutta)
- A seguire, prodotti alimentari, carta (principalmente riciclata), tessile e abbigliamento

Al di là delle statistiche commerciali, gli indiani identificano l'Italia come il paese del "vivere bene" e riconoscono il prodotto "Made in Italy" per le sue intrinseche qualità.

Mangiare italiano, vestirsi italiano, arredare la propria casa con marchi italiani sono aspirazioni sempre più diffuse tra la crescente classe medio-alta indiana

Fonte: rielaborazione IICCI su dati Infomercatiesteri



Imprese italiane in India - Regioni e Città principali

828 aziende italiane in India

Stock di investimenti in India dall'Italia dal 2000 = Euro 3,5 miliardi

Forza lavoro aziende italiane in India: ~50k

Marchi italiani presenti sul mercato indiano: +2000

Delhi NCR & Nord (Delhi)

= 203 aziende

Maharashtra & Ovest (Mumbai & Pune)

= 422 aziende

West Bengal & Nord-Est (Kolkata)

= 19 aziende

Karnataka & Sud (Bangalore)

= 111 aziende

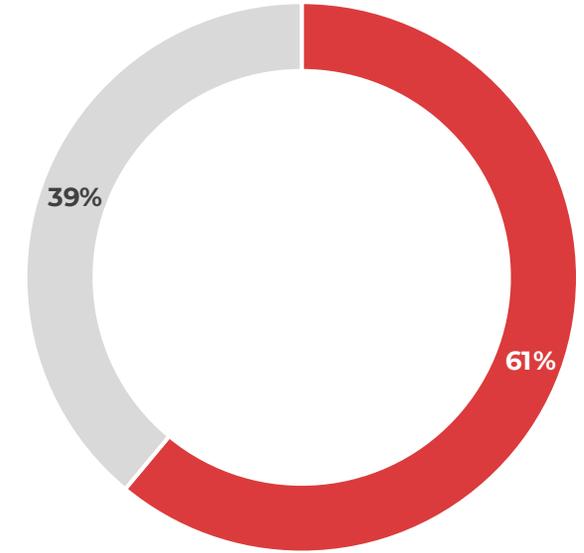
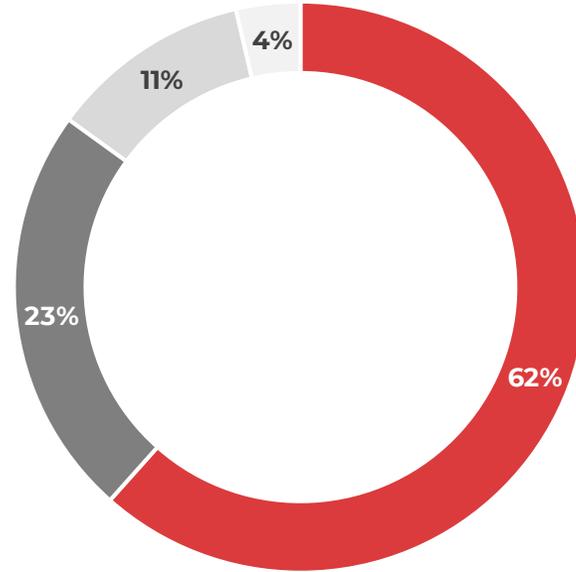
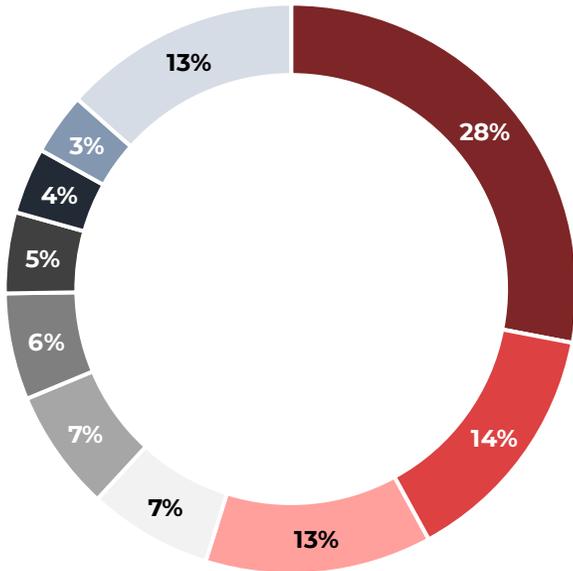
Tamil Nadu & Sud-Est (Chennai)

= 82 aziende





Imprese italiane in India – Settori e tipologia dell'investimento



- Machinery & Equipment
- Infra, Construction & Building
- Automotive & Components
- Fashion, Apparel & Accessories
- Furniture, Design & Materials
- Energy, Renewables and Environmental Technologies
- Ict & Electronics
- Pharma, Healthcare & Wellness
- Transportation & Logistics
- Other

- Controllate al 100%
- Joint Ventures
- Uffici di Rappresentanza
- Altro

- Con uffici commerciali
- Con attivita' produttiva



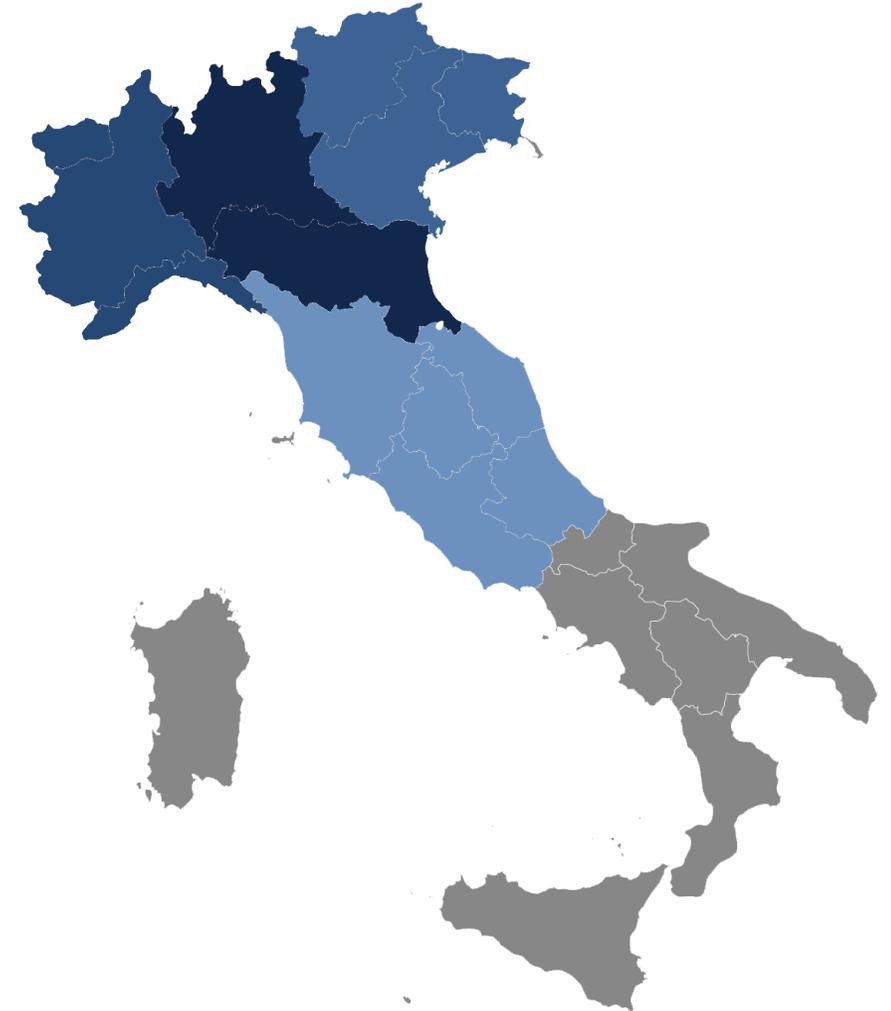
Imprese indiane in Italia - Regioni e Città principali

102 aziende indiane in Italia

Stock di investimenti in Italia dall'India dal 2013 = Euro 2 miliardi

Forza lavoro aziende indiane in Italia: ~2k

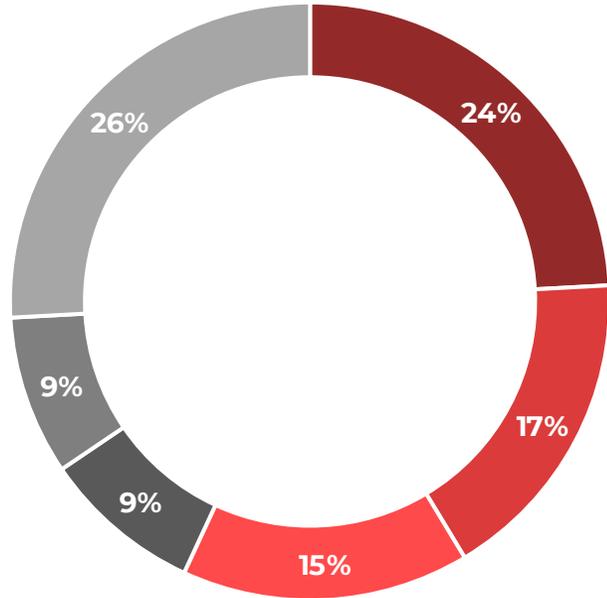
Marchi indiani presenti sul mercato italiano: circa 50



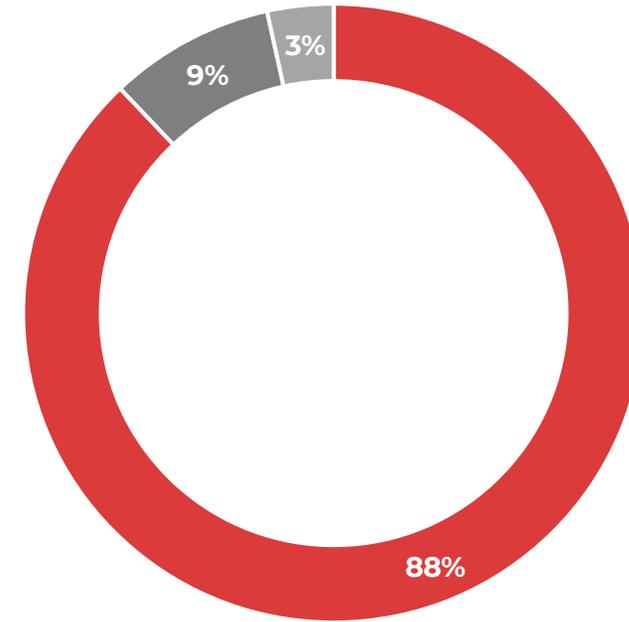
Nord	= 63 aziende
Nord-Ovest	= 11 aziende
Nord-Est	= 5 aziende
Centro	= 18 aziende
Sud	= 5 aziende



Imprese indiane in Italia – Settori e tipologia dell'investimento



- Macchinari e componentistica
- Automotive
- Farma e cura della persona
- Elettronica
- Moda e accessori
- Altro



- Controllate al 100%
- Azionisti indiani in aziende italiane
- Altro



Fattori di crescita, opportunità e rischi

Principali fattori di crescita e opportunità

- Mercato interno immenso e crescente potere d'acquisto
- IDE concessi al 100% in quasi tutti i settori (difesa, retail e assicurazioni hanno dei limiti)
- Disponibilità materie prime per energia convenzionale (carbone) e investimenti in rinnovabili per garantire autonomia energetica
- Crescita esponenziale e-commerce (700 milioni di connessioni) e start-up innovative (unicorns)

Rischi

- Mercato complesso, grandi diversità geografiche, necessità di un approccio «granulare»
- Dazi e barriere (tariffarie e non) limitano scambi commerciali: la recente introduzione dell'obbligo di certificazione ISI – Indian Standard Institute per determinate categorie di prodotti (componentistica, tessile, calzature ed altri)
- Dimensione delle imprese locali generalmente medio-piccole: *pochi operatori con presenza estesa al territorio nazionale*
- Grandi gruppi industriali attivi in settori molto diversificati
- Sistema creditizio poco propenso a supportare investimenti in upgrading tecnologico e R&D
- Manodopera specializzata non sempre qualificata
- Modalità di costituzione di una società complesse, ma lineari





Aspetti Culturali di Rilievo - 1

LA CONCEZIONE DEL TEMPO

- In Occidente il tempo è lineare, ed è espresso in 3 modalita', con una sequenzialita' logica: ieri-oggi-domani
- In *hindi* il tempo ha una connotazione circolare ed è espresso in 2 modalita': "*abi*" significa "adesso", e indica uno stato attivo, per cui la controparte indiana e' estremamente proattiva ed esigente; "*khal*" significa "non adesso", indica uno stato inattivo, per cui il contatto indiano "sparisce" e non risponde, perchè non ha nulla da aggiungere a quanto gia' comunicato

LA GESTIONE DELLE RISORSE: *Management by control, not by objectives*

- Controllo costante di tutte le *operations* e processi
- Spiegare *con molta esattezza* quello che si vuole e dedicare molto tempo ai dettagli, soprattutto, ma non solo, nella fase di avvio
- Mantenere la pazienza, anche se un certo livello di pressione è necessario

L'IMPORTANZA DELLA GERARCHIA

- La comunita' (e la casta) di appartenenza definisce le gerarchie sociali, che si rispecchiano in azienda/fabbrica, soprattutto nelle aree rurali
- Il rispetto delle gerarchie provoca (e giustifica) la mancanza di iniziativa





Aspetti Culturali di Rilievo - 2

LA PERCEZIONE DELLA QUALITÀ

- Consumatori: dall'approccio frugale “yogi”, allo “status symbol”
- Produttori: basso livello di preparazione degli addetti ancora legati al concetto di improvvisazione (jugaad)

LA COMUNICAZIONE

- Per educazione, gli indiani non dicono mai “no”
- I cenni di assenso significano, nella maggior parte dei casi, che hanno capito ciò che comunicate, non che lo accettano
- La relazione è soprattutto personale, non professionale: livello fiduciario legato a reti “corte” (famiglia, comunità)

LO STILE DI NEGOZIAZIONE

- Bisogna essere disponibili ad una lunga e paziente negoziazione
- Grande “sfacciataggine” nel chiedere molto, ma con stile
- La necessita' di comprendere chi veramente prende le decisioni





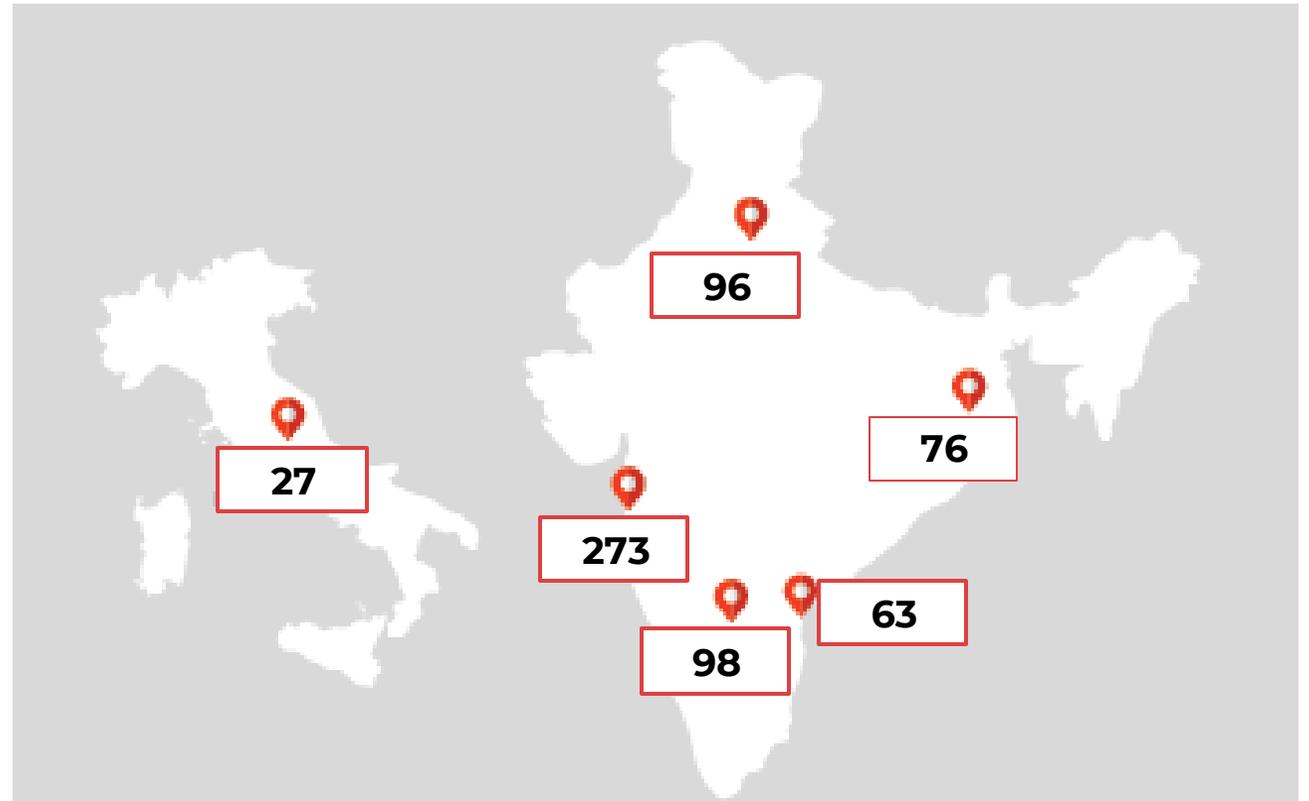
IICCI – Una comunità di professionisti e imprese

MISSION

Siamo un'**associazione** di imprenditori, professionisti ed enti intermedi italiani ed indiani il cui obiettivo è di *supportare lo sviluppo di collaborazioni commerciali ed industriali tra Italia e India, promuovendo gli interessi economici dei due Paesi*

- Fondata nel 1966, siamo la piu' antica Camera di Commercio Italiana nel continente asiatico.
- Riconosciuta dal MIMIT
- 6 sedi in India: Mumbai, Delhi, Calcutta, Chennai, Bangalore e Pune
- 30+ professionisti

ASSOCIATI	2024-2025
Aziende	633
Istituzioni	17
TOTALE ASSOCIATI	650



Accedi alla nostra directory per i dettagli di tutti i nostri associati: <http://www.indiaitaly.com/members-directory>

Attività' e servizi a supporto di imprese e professionisti

MEMBERSHIP

Rappresentanza

- Advocacy & Lobbying (a livello indo-italiano e indo-europeo)

Visibilità

- Inserimento nell'elenco dei soci IICCI
- Partecipazione agli eventi e ai comitati di settore / attività specifici di IICCI
- Diritto di candidarsi agli Impresa Awards
- Co-branding istituzionale (per Soci Gold/Platinum/Diamond)

Accesso

- Alla rete IICCI per l'assistenza preliminare alle imprese
- Agli aggiornamenti su notizie indo-italiane, commercio, investimenti a livello macro e settoriale.

Supporto alla mobilita'

- Supporto nella presentazione dei documenti per i visti per affari in Italia.
- Servizio di Fast Track per appuntamento
- Sconti corporate sui voli ITA Airways
- Sconti e servizi VIP al Fidenza Village

SERVIZI

Market Intelligence e strategia di ingresso

- Ricerca di settore/prodotto
- Strategia di ingresso nel mercato

Business Scouting & Matching

- Ricerca di partner e matchmaking
- B2B e visite aziendali

Avvio delle operazioni

- Costituzione società, ricerca siti produttivi, selezione risorse umane.
- Registrazione e omologazione di prodotti e marchio.
- Spazio di co-working a Mumbai.

Marchio e promozioni

- Campagne digitali
- Lancio del prodotto, esposizione e demo
- Partecipazione a eventi IICCI di promozione del lifestyle (Festa italiana) e delle tecnologie (Italian Tech) italiani in India

Traduzione di documenti e manuali

FORMAZIONE

Corsi di lingua italiana

- Livelli base e avanzati
- Corsi custom per aziende / individui

Altre attività' formative

- Per promotori di prodotti enogastronomici italiani
- Programmi di "awareness-building" su come fare affari in India
- Study-tour in Italia con visite a università e centri di ricerca, cantine e produttori alimentari italiani, aziende di prodotti Made in Italy

GOLD/PLATINUM/DIAMOND MEMBERSHIP

Un upgrade per dare visibilita' al logo e marchio dell'azienda associata in tutto il materiale promozionale della IICCI.

Usa il QR Code per compilare il form e associarti alla IICCI

EURO



INR





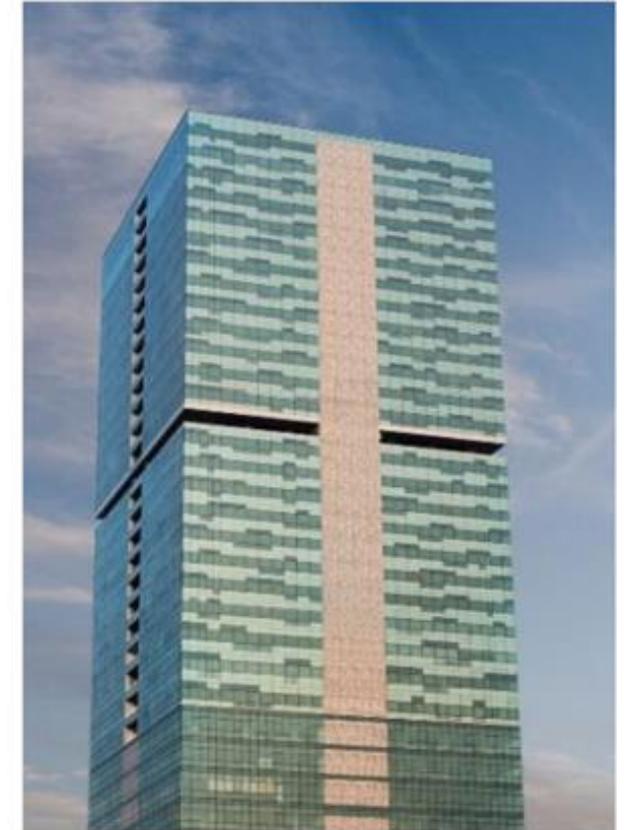
La nostra sede a Mumbai



a project by



in partnership with



VIVITALIA – L'italics Experience Center a Mumbai è uno spazio da +650m2
in una location prestigiosa nel centro pulsante di Mumbai.

È esclusivamente dedicato alla promozione dell'Italia e dello stile di vita, della cultura e dei marchi italiani



La nostra sede a Mumbai





IICCI – VIVITALIA | Spazio Eventi

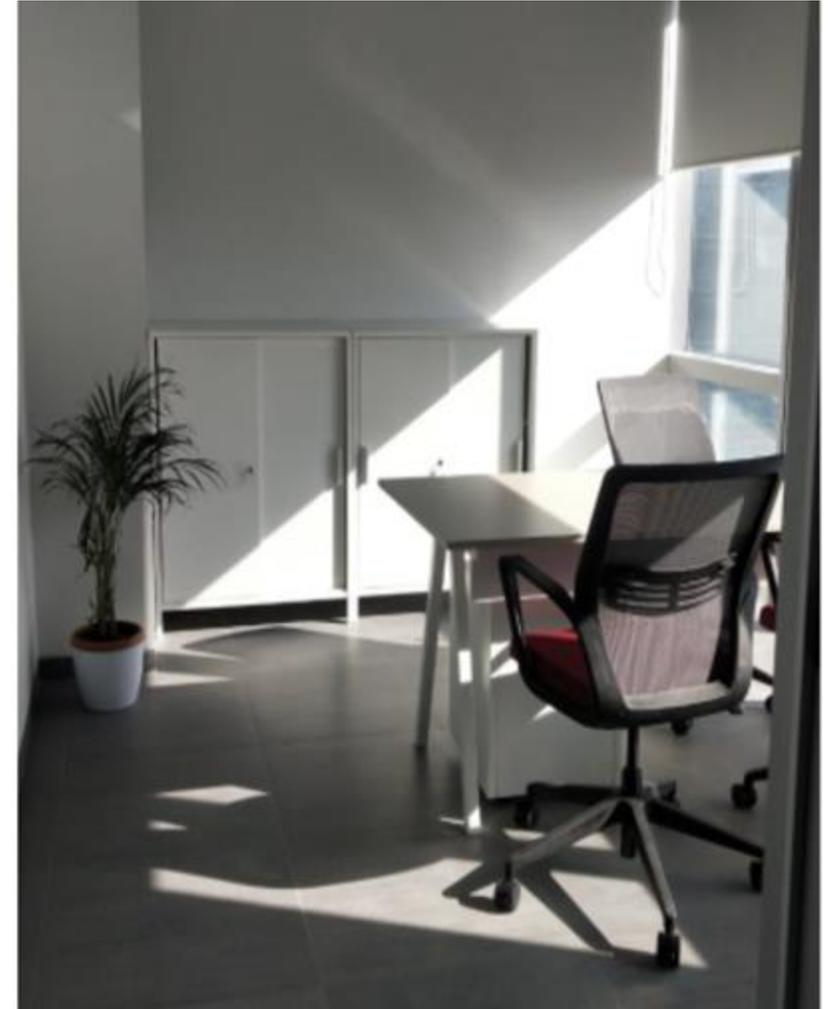
VIVITALIA e' uno spazio per ufficio e attivita' di co-working per le aziende italiane non ancora presenti in India e per i manager di imprese e marchi italiani in India





IICCI – VIVITALIA | Spazio Co-Working

VIVITALIA e' uno spazio per ufficio e attivita' di co-working per le aziende italiane non ancora presenti in India e per i manager di imprese e marchi italiani in India





IICCI Eventi Flagship – ITALIAN TECH in INDIA

ITALIAN TECH in INDIA e' una mostra di tecnologie e prodotti realizzati in India da imprese italiane in settori di interesse strategico: macchinari e manifatturiero, automotive e autocomponentistica, tecnologie per l'agroindustria, engineering per energia, infrastrutture e costruzioni



ITALIAN TECH in INDIA 2024
Italian KnowHow for India's Energy Transition and Manufacturing Growth

PUNE - Autocluster Development & Research Institute
Friday 5th and Saturday 6th April, 2024

To attend the exhibition, register by filling the form by scanning this QR Code.

an initiative by **IICCI** THE INDO-ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

in partnership with

sponsored by **expri via** media partner **MACHINE MAKER** supported by **AXIS BANK**





IICCI Eventi Flagship – IMPRESA AWARDS

Gli **Impresa Awards** sono un riconoscimento delle migliori performance raggiunte da aziende associate alla IICCI in aree di grande importanza per l'imprenditoria italiana e di rilevanza strategica per i due paesi: innovazione e industria 4.0, sostenibilità ed economia circolare, responsabilità sociale d'impresa.





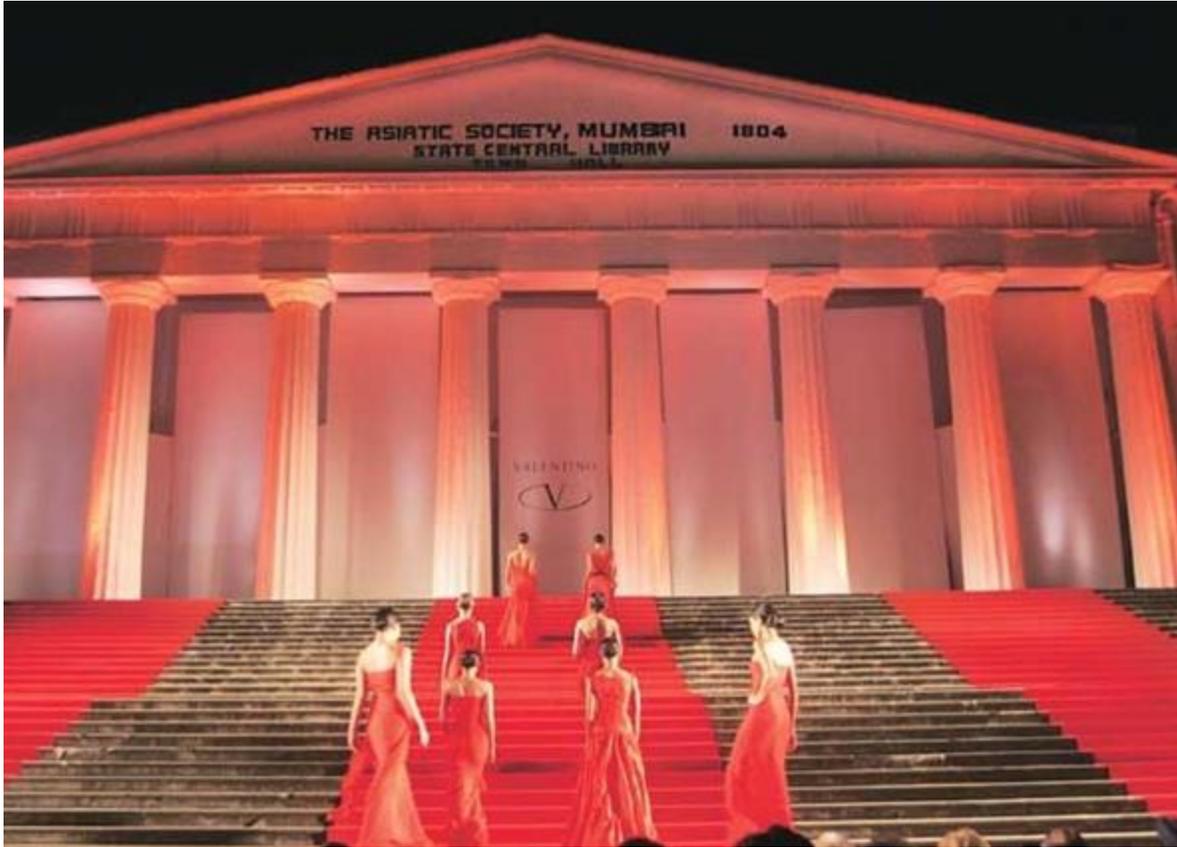
IICCI Eventi Flagship – FESTA ITALIANA

FESTA ITALIANA e' una celebrazione del Made in Italy e dello stile di vita italiano, che presenta marchi italiani in India nel settore della moda e accessori, arredo e design, agroalimentare, automotive, formazione e cultura.





IICCI Eventi Flagship – FESTA ITALIANA





IICCI Eventi Flagship - Italy & India Business Meets

Gli **Italy & India Business Meets** sono occasioni di incontro tra i rappresentanti della diplomazia, delle istituzioni, delle associazioni, delle imprese e dei professionisti dei due paesi. Questi incontri sono l'occasione per discutere e condividere opportunità e sfide del fare business tra Italia e India.





Questa presentazione, e tutti i progetti, gli eventi, le iniziative e le attività organizzate dalla IICCI – Camera di Commercio e Industria Indo-Italiana, non sarebbero possibili senza il supporto dei nostri associati e della comunità imprenditoriale indo-italiana. Tra questi, i nostri associate Diamond, Platinum e Gold meritano una menzione speciale.

DIAMOND MEMBERS



Rödl & Partner

SDA Bocconi
ASIACENTER



PLATINUM MEMBERS





GOLD MEMBERS





GRAZIE

IICCI - The Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry
c/o VIVITALIA - 11th Floor, Urmi Estate, 95, Ganpatrao Kadam Marg, Lower Parel West, Mumbai 400013, Maharashtra
P: +91 2267728186 | E: iicci@indiaitaly.com | W: www.indiaitaly.com