

L'INDIA E LE NUOVE OPPORTUNITÀ



INDIA: LA SITUAZIONE ECONOMICA E LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

Introduzione

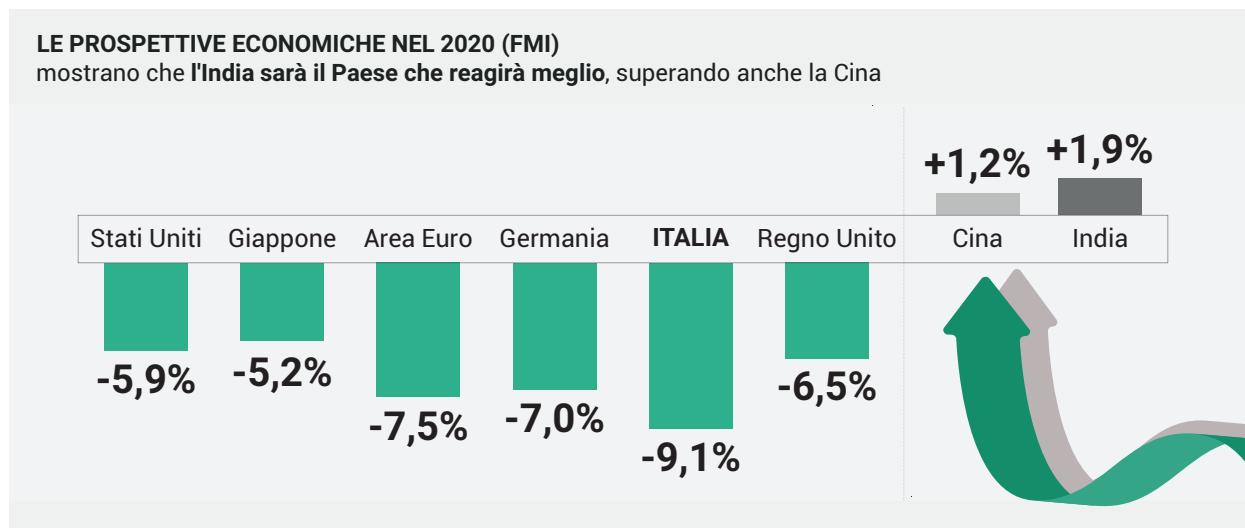
Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

L'India, il secondo paese più popoloso e la più grande democrazia del mondo, è suddivisa in 28 Stati e 9 Territori dell'Unione. Confinante con il Pakistan e l'Afghanistan a nord-ovest, con Cina, Nepal, Bhutan, Bangladesh e Myanmar a nord-est e a est e con Sri Lanka a sud, l'India è il settimo paese al mondo per superficie. La posizione strategica del paese e un mix di politica estera benevola e diplomatica hanno portato a relazioni amichevoli con diversi paesi in via di sviluppo.

In termini di scambi commerciali, nell'ultimo decennio l'India ha registrato uno spostamento marcato verso il regionalismo. Il paese ha accessi preferenziali, cooperazione economica e accordi di libero scambio (FTA) con circa 54 paesi e ha inoltre firmato accordi commerciali bilaterali sotto forma di accordi commerciali preferenziali (PTA) con 18 gruppi/paesi. Alcuni dei suoi principali accordi commerciali regionali includono: Asia Pacific Trade Agreement (APTA), Associazione delle nazioni del Sud-Est asiatico (ASEAN), Bangladesh, India, Myanmar, Sri Lanka, Thailandia Economic Cooperation (BIMSTEC), Sistema globale di preferenze commerciali (GSTP), Southern Common Market (MERCOSUR).

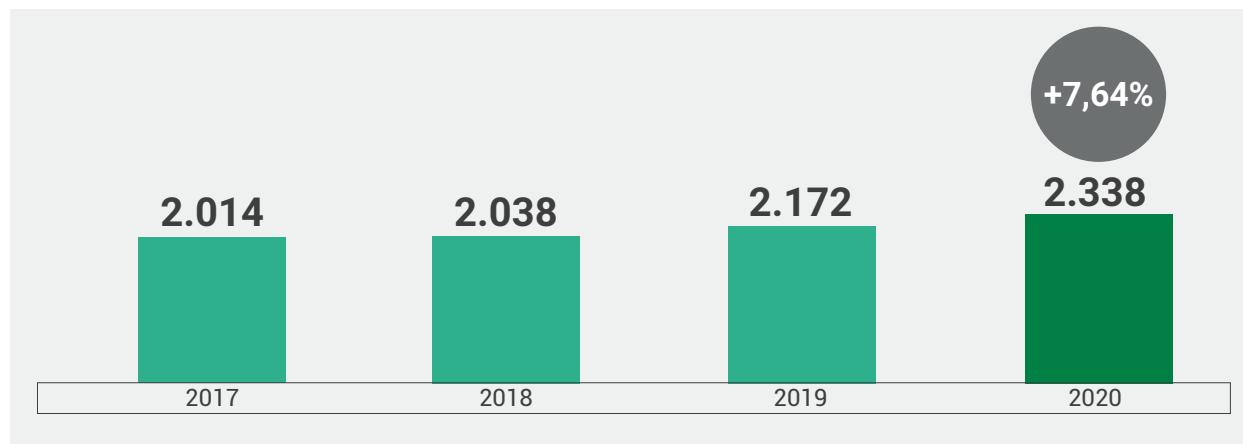
SUR), Accordo di libero scambio dell'Asia meridionale (SAFTA). L'India è anche membro di associazioni commerciali quali l'Associazione per la cooperazione regionale dell'Asia meridionale (SAARC) e il gruppo delle economie emergenti di Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica (BRICS). Partecipa anche ai gruppi di negoziazione dell'OMC sui paesi membri asiatici in via di sviluppo, al G-20, al G-33, al NAMA-11 ed a W-52 sponsor come paese membro.

Snapshot dei principali dati macroeconomici



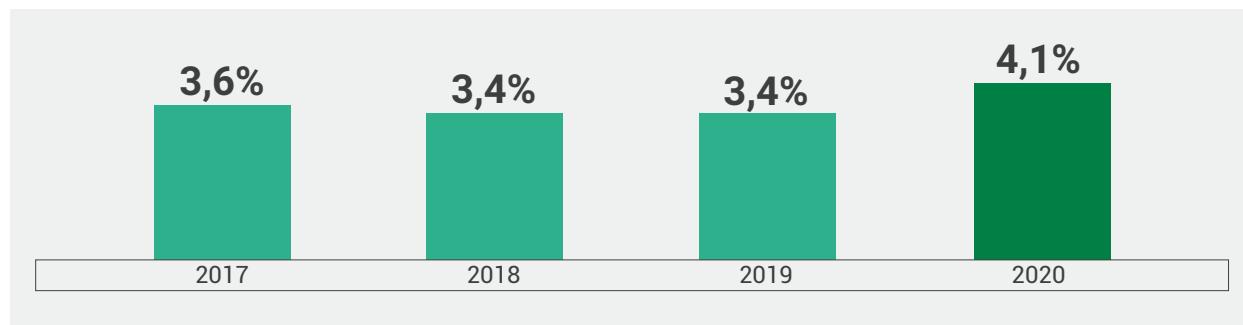
Fonte: World Economic Outlook del Fondo Monetario Internazionale

REDDITO PRO CAPITE (in dollari)



Fonte: FMI

INFLAZIONE (in dollari)



Fonte: FMI

GLI SCAMBI COMMERCIALI TRA INDIA E MONDO (dati in miliardi di dollari)



Fonte: Ministero indiano del commercio e dell'industria

GLI SCAMBI COMMERCIALI TRA ITALIA E INDIA (dati in miliardi di euro)

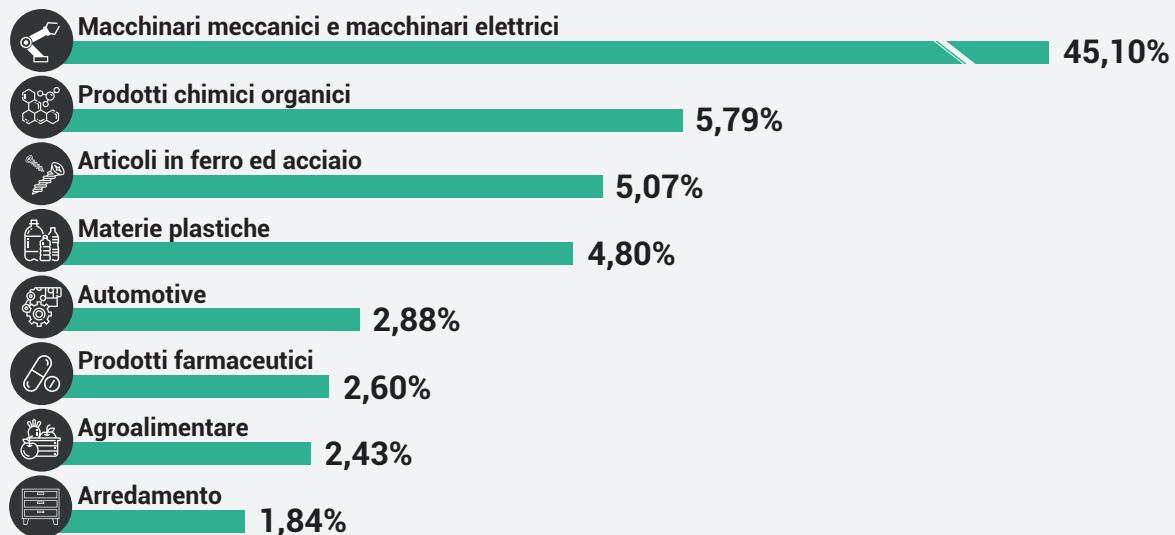


Fonte: Istat

Nel 2019 è stato attivato l'*India-Italy Fast Track Mechanism* che consente ai due Paesi di discutere e risolvere in modo abbastanza rapido le problematiche commerciali ed intensificare gli investimenti. L'istituzione del *Fast Track Mechanism* conferisce un ruolo privilegiato all'Italia nei rapporti con l'India se si pensa che attualmente tale meccanismo è operativo solo con pochi altri Paesi tra cui Regno Unito, Francia, Germania, Paesi Bassi, Giappone, Federazione Russa.

f) Posizionamento dell'Italia e principali concorrenti: secondo il Ministero indiano del commercio e dell'industria, i principali paesi fornitori dell'India nel 2019 sono stati: la Cina al primo posto con 68,34 miliardi di dollari ed una quota di mercato pari al 14,15%; al secondo posto gli Stati Uniti con 36,24 miliardi di dollari ed una quota del 7,49%; seguono gli Emirati Arabi Uniti con 30,45 miliardi ed una quota del 6,29%. L'Italia è posizionata al 27° posto con 4,71 miliardi di dollari (quota dello 0,97%). Il nostro Paese è il quarto principale fornitore UE dopo la Germania (11ª posizione) con 13,21 miliardi di dollari ed una quota del 2,73%; il Belgio che si è attestato in 17ª posizione con 9,35 miliardi ed una quota di mercato pari al 1,93%; a seguire la Francia in 25ª posizione con 5,31 miliardi ed una quota dell'1,1%.

I SETTORI NEI QUALI L'ITALIA HA ESPORTATO DI PIÙ NEL 2019



Cenni sul quadro normativo regolamentare; rilievo barriere doganali ed ostacoli al commercio

Le barriere commerciali possono essere barriere tariffarie (il prelievo di dazi doganali negoziati ordinari conformemente all'Articolo II del GATT-Accordo generale sulle tariffe doganali e sul commercio) o barriere non tariffarie, che costituiscono ostacoli commerciali diversi dalle barriere tariffarie, imposti da un paese.

L'India impone norme non tariffarie per tre categorie di prodotti: articoli banditi o vietati (ad esempio, grassi e oli di origine animale); articoli limitati che richiedono una licenza di importazione (ad esempio, prodotti animali e alcuni prodotti chimici); e articoli "canalizzati" (ad esempio, alcuni prodotti farmaceutici) importabili solo dal governo, previa approvazione dell'ufficio del premier.

Attualmente, il regime commerciale indiano e il contesto normativo restano relativamente restrittivi. Ostacoli tecnici agli scambi (TBT), misure sanitarie e fitosanitarie (SPS), deviazione dalle norme e dagli accordi internazionali (rispetto dei requisiti in materia di contenuto locale) nonché discriminazioni basate su misure legislative o amministrative adottate dall'India incidono sugli scambi in un'ampia gamma di settori, compresi beni, servizi, investimenti e appalti pubblici.

Informazioni di tipo contingente

Breve illustrazione di eventuali trend o eventi di particolare rilevanza nel mercato di riferimento

Il governo ha attuato una serie di misure per ridurre le aliquote fiscali. Il 20 settembre 2019 le aliquote dell'imposta sulle società sono state ridotte dall'attuale 30% al 22% per le società che effettuano attività produttive ed è stata introdotta un'aliquota del 15% per i nuovi investimenti in attività produttive, rendendo l'India uno dei mercati più competitivi per gli investimenti nella regione dell'Asia meridionale.

In seguito alla pandemia da coronavirus, la Reserve Bank of India ha deciso recentemente di ridurre la percentuale del tasso pronti contro termine e del tasso di pronti contro termine di riserva di 75 e 90 punti base, rispettivamente (100 punti base / pbs = 1 per cento).

Il tasso pronti contro termine si attesta ora al 4,4 per cento e il tasso pronti contro termine di riserva al 4 per cento. Gli interventi precedenti di politica monetaria della Banca Centrale risalgono al taglio dei tassi di interesse deciso nell'ottobre 2019. L'ulteriore revisione della politica monetaria della RBI, che originariamente avrebbe dovuto avere luogo il 31 marzo 2020 e il 3 aprile 2020, è stata anticipata a seguito del diffondersi della pandemia da coronavirus.

L'India sta promuovendo misure favorevoli per attrarre IDE (Investimenti Diretti Esteri), commercio internazionale, sviluppo tecnologico e concorrenza. A conferma di questa valutazione, **l'India è recentemente balzata al 63° posto nella classifica EODB** (Ease of Doing Business) 2020 della Banca Mondiale (era alla 142^a posizione nel 2015, alla 130° nel 2016 e nel 2017 rispettivamente, alla 100° nel 2018 ed alla 77° nel 2019, grazie al notevole aumento degli investimenti diretti esteri in India in questo periodo).

Istruzioni per affrontare il mercato / accedere

Presentazione degli aspetti normativi nazionali (e, ove presenti, locali): sistemi doganali, forme di pagamento, norme igienico-sanitarie, standard qualitativi, norme su etichettatura. Focus su eventuali accordi commerciali

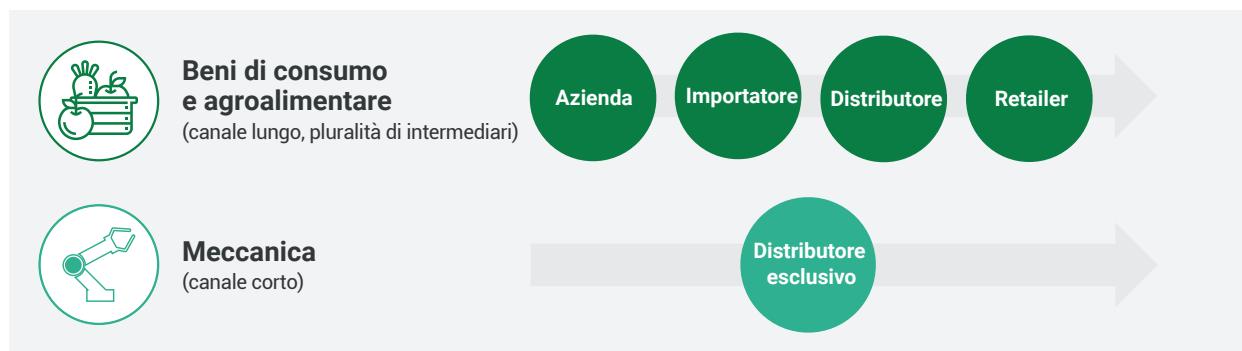
Standard di qualità: In India, il Bureau of Indian Standards - BIS è l'Agenzia nazionale che certifica che i prodotti nazionali e quelli importati dall'estero rispettino gli standard di certificazione indiani e quindi poter essere commercializzati nel Paese. Per esempio - tutti i prodotti preconfezionati sono vietati in India, a meno che non siano in quantità standard e rechino tutte le dichiarazioni prescritte. Inoltre è presente in India anche la Food Safety and Standards Authority of India - FSSAI ovvero l'Autorità che disciplina l'importazione dei prodotti alimentari in India.

Regole di etichettatura: Tutte le etichette dei prodotti alimentari confezionati devono contenere le informazioni prescritte dal Regolamento del 2011 sulla Sicurezza e gli Standard per i prodotti alimentari (imballaggio ed etichettatura). Analogamente, tutti i prodotti importati non alimentari preconfezionati destinati alla vendita diretta al dettaglio devono necessariamente comprendere il nome e l'indirizzo dell'importatore, la quantità netta, il mese di confezionamento e l'anno di confezionamento e il prezzo massimo di vendita al dettaglio (PMR), oltre ad altri requisiti.

Regolamentazione Doganale: La Commissione Centrale delle Imposte Indirette e delle Dogane (CBIC) è l'organismo principale per le questioni doganali in India. L'India utilizza un sistema armonizzato (SA) per la classificazione doganale, con dazi che variano da un prodotto all'altro e sono aggiornati dal Dipartimento delle Entrate del Ministero delle Finanze indiano. I dipartimenti competenti richiedono permessi di importazione in India per importare prodotti diversi. Ad esempio, l'importazione di bestiame e prodotti di origine animale richiede un Certificato di Assenza di Obiezione (NOC) da parte dei Servizi di Quarantena e Certificazione degli Animali.

Anche l'India utilizza il Sistema Internazionale Standardizzato di nomenclatura delle tariffe doganali, che classifica ogni singolo prodotto e consente a livello internazionale una chiara e rapida identificazione delle merci movimentate. Il sistema è regolato dall'Organizzazione Mondiale delle Dogane (*World Customs Organization, WCO*), che ha competenza sovranazionale.

Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

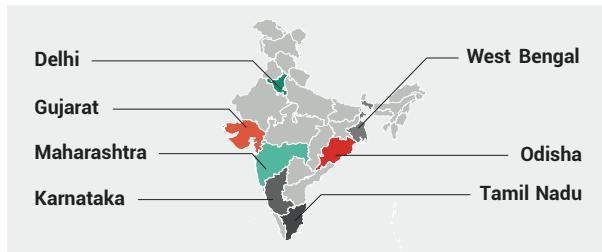


Percezione dei prodotti italiani da parte dei consumatori: *strengths and weaknesses*

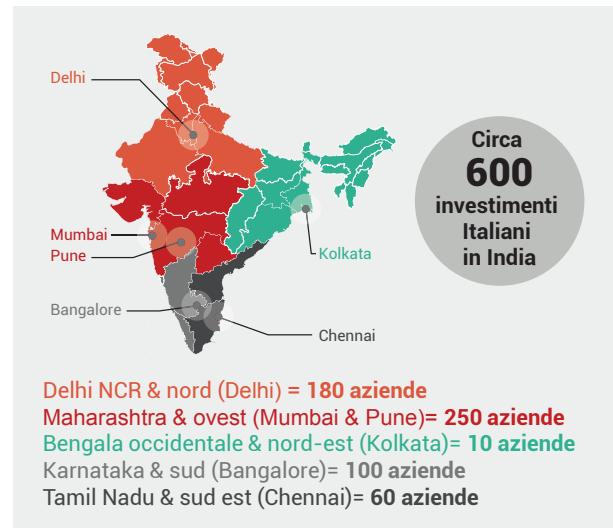
Con l'emergere di una classe medio/alta e l'aumento dei livelli di reddito è cambiato negli ultimi anni il comportamento dei consumatori ed attualmente il Made in Italy gode di un elevato grado di riconoscibilità sul mercato indiano. I marchi italiani sono generalmente considerati prodotti di alta qualità e di lusso, in particolare i prodotti appartenenti all'industria dell'abbigliamento, dell'alimentazione, dell'arredamento.

I consumatori in India associano il Made in Italy a prodotti di eccellenza con standard elevati. La forza del Made in Italy risiede in due aspetti: uno legato alle caratteristiche del prodotto (qualità, affidabilità, sicurezza), mentre l'altro è legato alla qualità estetica (originale, elegante, bello). I consumatori indiani percepiscono i prodotti italiani come "costosi" e "di nicchia". Le aliquote elevate dei dazi all'importazione in India che gravano su questi prodotti, rendono i beni ed i marchi italiani prerogativa dei consumatori indiani con un reddito elevato.

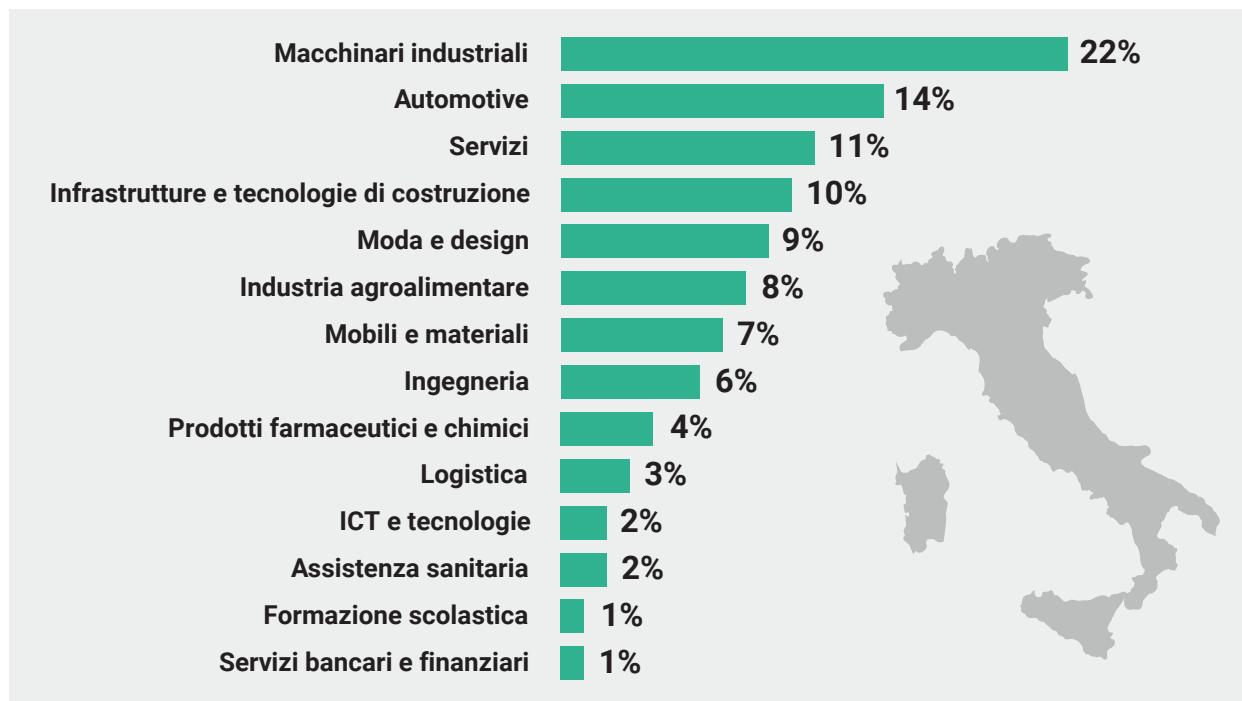
APPROCCIO «GRANULARE» FOCALIZZATO SUI SEGUENTI STATI E UNIONI TERRITORIALI INDIANI



PRESENZA DELLE AZIENDE ITALIANE IN INDIA



I SETTORI DIVISI PER QUOTA % SUL TOTALE



Fonte: IICCI-Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry

Cross cultural management and business etiquette: gestire gli aspetti culturali del Paese, declinare e adattare la comunicazione online e offline dell'azienda

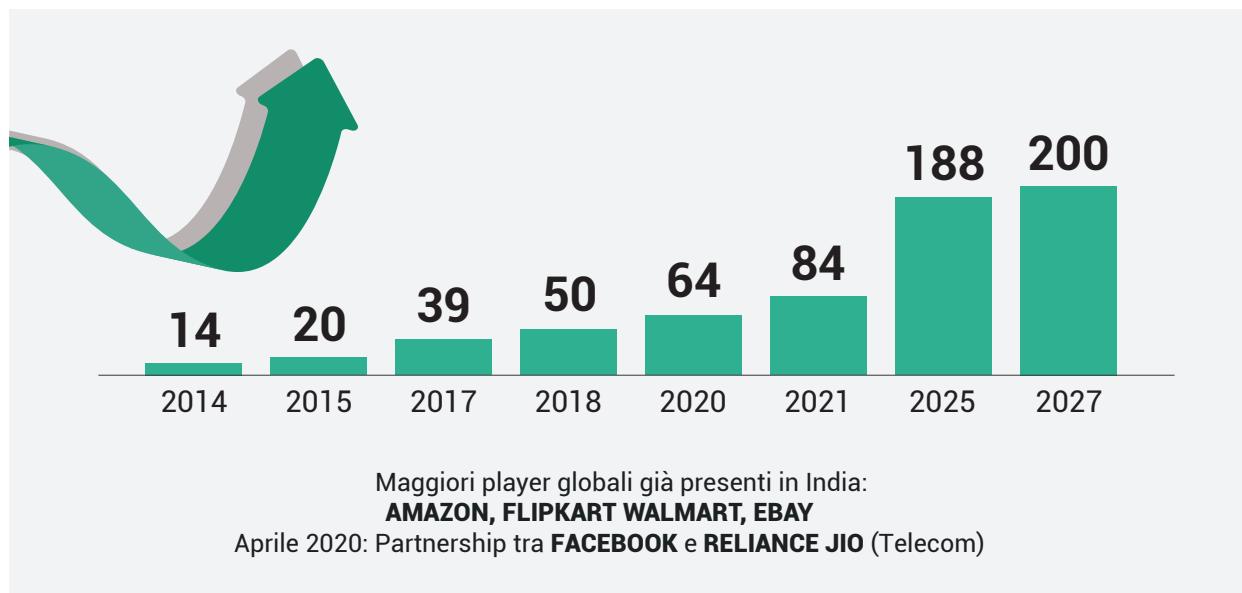
L'India è una società multilinguistica e multietnica. Sono presenti evidenti differenze culturali e linguistiche tra l'India del nord e quella del Sud. La gerarchia è molto sentita e radicata con un potere decisionale non trasferibile e molto piramidale. Spesso gli incontri d'affari in India vanno oltre il tempo previsto in quanto il tempo è per gli indiani è un concetto non definito; dal lato opposto gli indiani attribuiscono molta importanza alla fiducia e alla loro personale intuizione negli affari che ai dati statistici o alle note economiche. Con oltre mezzo miliardo di abbonati ad Internet, l'India è uno dei mercati più grandi e in più rapida crescita per i consumatori digitali, ma la sua diffusione non è uniforme tra le imprese e varia in funzione delle dimensioni e delle risorse delle aziende.

L'utilizzo del digitale nel mercato di riferimento: focus su social network e Marketplace

La stragrande maggioranza degli indiani (circa 1,2 miliardi di persone) è attualmente iscritta al più grande programma nazionale di identità digitale unica con un proprio codice di identità digitale. Gli indiani sono il secondo popolo che scarica più App dopo i cinesi (in base agli ultimi dati disponibili, 12,3 miliardi nel 2018). Circa 294 milioni di utenti sono costantemente impegnati sui social media dove trascorrono una media di 17 ore a settimana, più che in Cina e Stati Uniti.

Ci sono 1,17 miliardi di abbonati di telefonia wireless in India con circa 560 milioni di abbonati Internet, secondi solo alla Cina, e 354 milioni di smartphone. I servizi digitali stanno crescendo in parallelo. La percentuale di adulti indiani con almeno un conto finanziario digitale è più che raddoppiata dal 2011, attualmente all'80%, grazie al programma di inclusione finanziaria voluto dal Governo indiano chiamato "Pradhan Mantri Jan-Dhan Yojana". Le entrate del commercio elettronico indiano sono in crescita al ritmo di oltre il 25-30 per cento all'anno, ma solo il 5 per cento degli scambi in India viene effettuato online. Inoltre, iniziative governative come *Digital India* e *Government E-Marketplace* stanno contribuendo a trasformare l'India in un'economia digitale.

IL MERCATO DELL'E-COMMERCE IN INDIA (dati in miliardi di dollari)



Opportunità per mercato-settore / crescere

Trend di mercato: settori con elevata crescita e opportunità di ingresso per i prodotti italiani

I settori più promettenti e che hanno evidenziato una crescita interessante nel 2019 verso il mercato indiano sono:

Agroalimentare: Le esportazioni italiane di frutta, noci e piante commestibili sono aumentate da € 11,62 milioni (2018) a € 57,9 milioni (2019, crescita del 398,27%).

Prodotti farmaceutici: le esportazioni italiane di prodotti farmaceutici sono aumentate da € 67,99 milioni (2018) a € 104,15 milioni (2019, crescita del 53,18%).

Manifatturiero: le esportazioni italiane di alcuni macchinari (ceramica, pietra, marmo, carta, vetro, plastica, gomma e macchine utensili) sono aumentate da € 274 milioni (2018) a € 331 milioni (2019, crescita del 20,72%). Altri settori rilevanti sono le macchine per la lavorazione di cuoio/calzature/conceria, le macchine tessili ed i macchinari e le attrezzature per la lavorazione del legno.

Indicazioni per settori su andamento domanda e concorrenza degli altri partner commerciali

La domanda nei settori potenziali e nei principali partner commerciali può essere spiegata come di seguito:

Agroalimentare: 1,3 miliardi di consumatori con una domanda sempre crescente. I principali concorrenti sono gli Stati Uniti (con una quota del 27,48%) e l'Afghanistan (con una quota del 8,84%).

Prodotti farmaceutici: Si prevede una crescita del mercato farmaceutico indiano da quasi \$ 34,3 miliardi nel 2020 a oltre \$ 45 miliardi entro il 2025. Gli operatori farmaceutici indiani dipendono fortemente per gli ingredienti farmaceutici attivi dalle importazioni. I principali concorrenti sono gli Stati Uniti (con una quota del 13,15%) e il Belgio (con una quota del 12,56%).

Manifatturiero: L'iniziativa "Make In India" del governo indiano mira anche ad aumentare i livelli di qualità della produzione locale e mira ad aumentare il contributo del settore manifatturiero fino al 25% del Prodotto Interno Lordo (PIL) entro il 2025. I principali concorrenti sono la Cina (con una quota del 27,15%) e il Giappone (con una quota del 17,86%).

Strumenti governativi per attrazione degli investimenti esteri e opportunità di gare internazionali

Gli investimenti diretti esteri verso l'India sono aumentati in modo significativo dal 1991 grazie all'apertura del mercato indiano ed alle riforme introdotte dal governo. L'iniziativa Make In India lanciata nel 2015 ha lo scopo di aumentare i livelli di qualità della produzione locale e attrarre investimenti esteri in India. Recentemente il nuovo Piano **Assemble in India**, volto a favorire l'assemblaggio dei prodotti in India, si è andato ad affiancare al più ampio **Make in India** al fine di aumentare la quota di mercato delle esportazioni indiane al 3,5% entro il 2025 ed al 6% entro il 2030, e generare occupazione.

Secondo gli ultimi dati disponibili di fonte indiana, nei primi dieci mesi dell'anno finanziario 2019-2020 (aprile 2019 - gennaio 2020), l'India ha ricevuto 60 miliardi di dollari di investimenti esteri. Inoltre, per l'intero anno finanziario 2018-19 (1° aprile 2018 - 31 marzo 2019), l'India ha ricevuto un totale di 64,37 miliardi di dollari di investimenti esteri, registrando un aumento del 5,58% rispetto all'anno finanziario precedente (2017-2018). I settori chiave con potenziale per gli investimenti diretti esteri diretti: infrastrutture, manifatturiero, prodotti chimici, costruzioni. Gli investimenti diretti esteri nel settore delle costruzioni (abitazioni, infrastrutture edilizie e progetti di sviluppo edilizio) da aprile 2000 a marzo 2019 sono ammontati a \$ 25 miliardi. Il governo indiano ha permesso di avere investimenti esteri fino al 100% nell'ambito di progetti relativi alla costruzione e alla manutenzione dei porti. Il settore delle infrastrutture è diventato la principale area di interesse del Governo indiano. Nel bilancio dell'Unione 2018-19, 92,22 miliardi di dollari sono stati allocati per questo settore.

Negli ultimi mesi, l'India ha compiuto passi importanti riguardo all'attrazione di investimenti esteri ed alle gare d'appalto internazionali, in termini di allentamento delle regole di controllo dei cambi, sostanziali riduzioni delle aliquote dell'imposta sul reddito delle società e maggiori investimenti in infrastrutture. Il desiderio di attrarre gli investitori stranieri verso il Make in India è ulteriormente dimostrato da un recente rapporto della Banca Mondiale che ha inserito l'India tra i primi 20 paesi che sono migliorati di più nei parametri dell'"ease of doing business". All'inizio del 2019, il governo indiano ha anche annunciato più di mille miliardi di dollari di investimenti in infrastrutture nel corso dei prossimi cinque anni, incentivi per mega impianti di produzione in settori identificati tra cui l'elettronica, ed incentivi per veicoli elettrici e abitazioni a basso costo: tutto ciò ha suscitato l'interesse degli investitori per il Paese.

L'attività di supporto e promozione di Agenzia ICE

Principali servizi erogati dalla Rete estera (riferimento catalogo servizi) con focus su aziende servite, tipologia di servizi erogati, presentazione eventuali desk (FDI, Startup, Ostacoli al commercio e Anticontraffazione etc)

Il servizio più richiesto dalle aziende italiane per il mercato indiano è quello della Ricerca clienti e Partner Esteri. Viene richiesto soprattutto da quelle aziende che si stanno interessando la prima volta a questo mercato estero al fine di poter avere un nuovo sbocco commerciale e quindi stabilire un primo contatto di affari. Le aziende che richiedono tale servizio sono principalmente attive nel settore della meccanica e dell'agroalimentare.

Durante il primo confronto telefonico con l'azienda italiana gli Uffici ICE in India propongono - al fine di consolidare i rapporti con gli operatori indiani interessati - un secondo servizio strettamente collegato ovvero quello relativo all'Organizzazione incontri di affari che, sulla base della nostra esperienza, si conclude spesso con risultati positivi.

Altro servizio molto richiesto e strettamente collegato ai primi due è quello relativo alle Informazioni Riservate che gli Uffici ICE in India suggeriscono caldamente alle ditte italiane prima di avviare rapporti contrattuali con controparti indiane. Il servizio viene presentato come un passaggio propedeutico alla conclusione degli accordi con il potenziale partner locale in quanto fornisce informazioni sulla sua solidità finanziaria ed organizzazione societaria, che non sarebbe possibile reperire in altro modo.

Gli Uffici ICE in India rilevano purtroppo una scarsa richiesta da parte delle imprese italiane di rapporti economici settoriali aggiornati per il mercato indiano, malgrado tali prodotti vengano proposti sovente alle aziende clienti, ed in particolare a quelle imprese che si affacciano sul mercato indiano per la prima volta..

Inoltre sono attivi presso l'Ufficio ICE di Mumbai una *FDI Unit per l'Attrazione degli Investimenti Esteri* ed un Desk Innovazione. Anche presso l'Ufficio di New Delhi è in via di attivazione una *FDI Unit per l'Attrazione degli Investimenti Esteri*. L'Ufficio di Coordinamento di New Delhi ha anche la competenza su **Bangladesh, Sri Lanka, Nepal, Bhutan e Maldive**.

La FDI Unit ha lo scopo di assistere e fornire informazioni agli investitori indiani interessati all'Italia, in tutti i settori produttivi. Attraverso la Unit vengono identificati ed assistite le aziende interessate ad avviare operazioni in Italia e promuovere il nostro Paese come destinazione finale per le loro operazioni. La Unit inoltre organizza e partecipa a diversi eventi nazionali e internazionali per consolidare i rapporti con gli investitori indiani conosciuti ma anche per intercettarne di nuovi.

Il Desk innovazione favorisce il commercio bilaterale tra India e Italia nei settori delle startup, delle tecnologie innovative e delle smart city. Questo Desk ha l'obiettivo di individuare gli attori rilevanti degli ecosistemi dell'innovazione indiani e italiani e di creare collegamenti tra i due per facilitare lo scambio tecnologico, scientifico e monetario. Il Desk si propone inoltre di fornire informazioni alle startup indiane che intendono avviare operazioni in Italia. Per facilitare lo scambio, lo sportello gestisce anche delegazioni commerciali nei settori dell'innovazione, delle startup e delle smart city.

Programma di iniziative promozionali ICE per il Paese nel secondo semestre del 2020

- **Manifestazioni fieristiche di particolare rilevanza per singoli settori di attività** (condivisione calendario eventi)
- **Attività di *incoming***: missioni di operatori in Italia (condivisione calendario eventi)
- **Attività di formazione per operatori stranieri**: seminari su strategie di marketing internazionale e successivo study tour in Italia

Gli interventi promozionali degli uffici ICE in India (New Delhi e Mumbai) sono principalmente rivolti al settore dei macchinari, in linea con la quota delle esportazioni italiane di tecnologia verso l'India che sono pari a circa il 40 per cento del totale delle esportazioni Made in Italy in India.

ATTIVITÀ PIANIFICATE PER LA SECONDA METÀ DEL 2020





www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA - Italian Trade Agency 

@itatradeagency 