

LE GUIDE PER  
**Esportare**  
IN **Digitale**

FOCUS INDIA



**SACE** 

In collaborazione con





## INDIA

QUALCHE NUMERO SUL PAESE

PAG. 3 →

## Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

PAG. 4 →

## Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

PAG. 5 →

## E-commerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

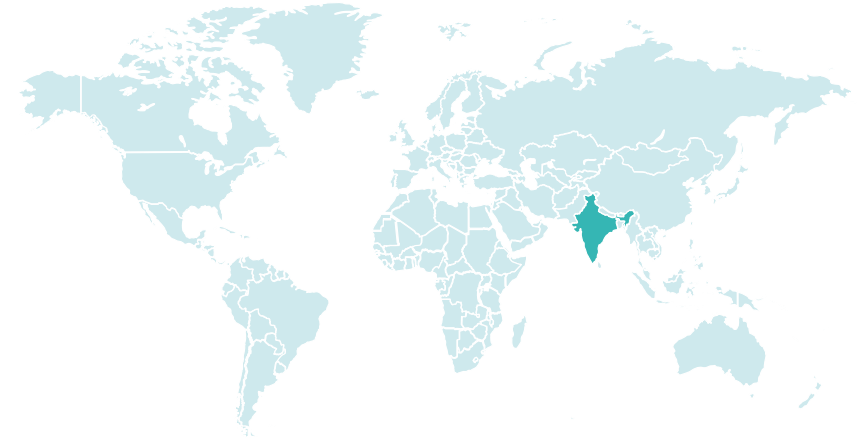
PAG. 7 →



# INDIA

## QUALCHE NUMERO SUL PAESE

Si è scelto di raccogliere i dati relativi agli anni 2019, 2020 e 2021, per poi mediarli e costruire la successiva elaborazione sulla media ottenuta. In questo modo è stato possibile osservare per il periodo preso in considerazione i cambiamenti legati alle 4 dimensioni considerate. Molti fenomeni e aspetti nazionali che vengono presi in considerazione dalle variabili/indicatori che compongono l'indice sono lenti nella loro evoluzione o nel mostrare un cambiamento attraverso i valori restituiti. Anche per questo motivo il focus dell'analisi non vuole essere quello di mostrare un'istantanea il più aggiornata possibile dei paesi presi in considerazione e dei fenomeni che li riguardano, ma di mostrare come tali dinamiche ed aspetti possano influire sulle attività di export verso tali Paesi.



<b>Popolazione (2021)</b>	<b>1,4 miliardi</b>
<b>GDP (2021)</b>	<b>\$3,173 miliardi</b>
<b>Per capita GDP (2021)</b>	<b>\$2,277</b>
<b>Valore delle importazioni (2021)</b>	<b>\$570 miliardi</b>
<b>Indice di attrattività Score complessivo</b>	<b>2,29/5</b>
<b>Indice di attrattività Score senza dimensione "Size"</b>	<b>2,06/5</b>
<b>Posizione nel ranking di attrattività complessivo</b>	<b>14/20</b>
<b>Posizione nel ranking di attrattività Senza dimensione "Size"</b>	<b>19/20</b>

### INDICE DI ATTRATTIVITÀ: SPLIT DELLE 10 MACRO-CATEGORIE

<b>Size</b>	● ● ● ○ ○
<b>Country characteristics (Economic)</b>	● ● ○ ○ ○
<b>Country characteristics (Politic)</b>	● ● ● ○ ○
<b>Country characteristics (Regulatory)</b>	● ● ● ○ ○
<b>Trade lever / relationship</b>	● ● ○ ○ ○
<b>Trade &amp; Financial barriers</b>	● ○ ○ ○ ○
<b>Cultural proximity</b>	● ● ○ ○ ○
<b>Online market (size &amp; growth)</b>	● ○ ○ ○ ○
<b>Infrastructure (Financial; ICT; Logistics)</b>	● ● ● ○ ○
<b>Technology adoption &amp; consumer behaviour</b>	● ● ○ ○ ○



# Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

## ■ CARATTERISTICHE ECONOMICHE

L'India è uno dei paesi più popolosi del mondo. Nel 2021 la popolazione era di 1,4 miliardi di individui (World Bank, 2021). L'inflazione su base annua nel 2021 era del +5,1% (World Bank 2021), seguendo un trend comune a vari paesi nel corso dell'anno, ossia una ripresa dal periodo di inflazione molto bassa che ha caratterizzato il 2020. L'India ha punteggi nella media in indicatori che aiutano a misurare l'efficienza del commercio e del contesto economico in cui si opera, come l'Ease of Doing Business Index sviluppato dalla World Bank (2019), dove si è classificata nel complesso come 62esima economia al mondo su 190 paesi esaminati, un punteggio nella media.

## ■ CARATTERISTICHE GIURIDICHE/REGOLATORIE

Nel Judicial Effectiveness Index sviluppato da Heritage (2022), un indice volto a misurare l'efficienza del sistema giudiziario di un paese, l'India ha ottenuto un punteggio di 51,5/100, un punteggio in linea con la media mondiale (50,2). Si tratta di un valore che implica l'esistenza di problematiche e inefficienze nel sistema giuridico indiano. Relativamente ai processi regolatori ed amministrativi legati all'apertura di nuovi business e produzioni, misurati dal Business Freedom Index di Heritage, l'India ottiene uno score di 76,7/100; un valore che testimonia un framework amministrativo legato all'imprenditoria ancora complesso ma in via di miglioramento.

## ■ CARATTERISTICHE POLITICHE

Il sistema politico indiano, ossia una repubblica parlamentare federale, non è esente da fenomeni di instabilità, infatti la media del suo rischio politico elaborata da SACE (2023) è di 44/100 (più è basso lo score, meno il paese è considerato rischioso dal punto di vista politico).

Media del  
rischio politico

**44** /100

**La media del suo rischio politico elaborata da SACE è di 44/100.**



# Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

## ■ COMMERCIO

Le importazioni di beni e servizi sono un fattore fondamentale in India: il loro valore nel 2021 ha costituito il 22% del PIL. L'Italia non è attualmente uno dei partner commerciali più importanti per il l'India: nel 2021 le importazioni dall'Italia costituivano lo 0,9% di tutte le importazioni complessive, con un valore di circa \$4,8 miliardi (Comtrade, 2021). Dalla prospettiva italiana, l'India nel 2021 si classifica fuori dai primi 25 partner commerciali per valore dell'export, posizionandosi al 28esimo posto (OEC, 2021).

## ■ BARRIERE COMMERCIALI/ FINANZIARIE

L'India ha un dazio medio sulle importazioni del 14,1%; si tratta di un valore molto alto, da relazionare al fatto che nel paese sono in vigore circa 300 limitazioni commerciali non tariffarie (Heritage, 2021). Da anni sono in corso le negoziazioni per lo sviluppo di un Trade Agreement bilaterale fra Unione Europea ed India, considerando che l'India è il terzo partner commerciale dell'UE per valore dell'export, mentre l'UE è per l'India il decimo partner commerciale considerando la stessa misurazione.

L'India non ha ottenuto buoni punteggi in due indici dedicati alla dimensione commerciale

e finanziaria: il Trade Freedom Index (Heritage, 2021), che misura la quantità e l'entità delle barriere commerciali di un paese, sia tariffarie che non tariffarie, e il Financial Freedom Index (Heritage, 2021), che è invece dedicato a valutare l'efficienza e l'indipendenza dell'infrastruttura bancaria di un paese. Nel Trade e Financial Freedom Index l'India ha rispettivamente ottenuto punteggi di 69,4/100 e 40/100. Gli investimenti stranieri sono controllati e limitati, anche se le restrizioni alla proprietà in alcuni settori sono state progressivamente ridotte. Il governo ha ricapitalizzato le banche statali, ma il numero di prestiti non performanti rimane comunque elevato.



**Consulta la guida Doganale sull'India**  
elaborata da SACE in collaborazione  
con Easyfrontier

SCARICALA GRATIS



# Trade

## BARRIERE E OPPORTUNITÀ

### ■ CULTURA

Prendendo in considerazione gli indici Dow (2015) che misurano le differenze politiche, culturali e religiose fra i paesi del mondo, è possibile notare come, rispetto all'Italia, l'India sia caratterizzata da un'alta distanza politica (1,47/10 - va considerato che i paesi occidentali politicamente più simili all'Italia hanno tutti score inferiori allo 0,30), da una distanza religiosa e linguistica molto alta, relativamente 9,12 e 9,57 su 10.

Un'altro importante indicatore da considerare per valutare le differenze in varie dimensioni culturali e sociali fra paesi è il Culture Compass elaborato da Hofstede. Questo strumento misura le differenze fra paesi considerando aspetti legati a dinamiche sociali, quali: la misura in cui i membri meno potenti delle istituzioni e delle organizzazioni

all'interno di un paese si aspettano e accettano che il potere sia distribuito in modo ineguale, il grado di interdipendenza che emerge dai membri di una società, o la misura in cui i membri di una cultura si sentono minacciati da situazioni ambigue o sconosciute e hanno creato credenze e istituzioni che cercano di evitarle. Da una media delle differenze in queste dimensioni fra Italia e India si ottiene un punteggio di 12,5/100: un valore non così alto, specie se comparato a quello di altri paesi culturalmente più affini all'Italia, come i paesi europei (ad esempio, la media delle distanze in queste dimensioni fra Italia e Germania è pari a 9,25/100).



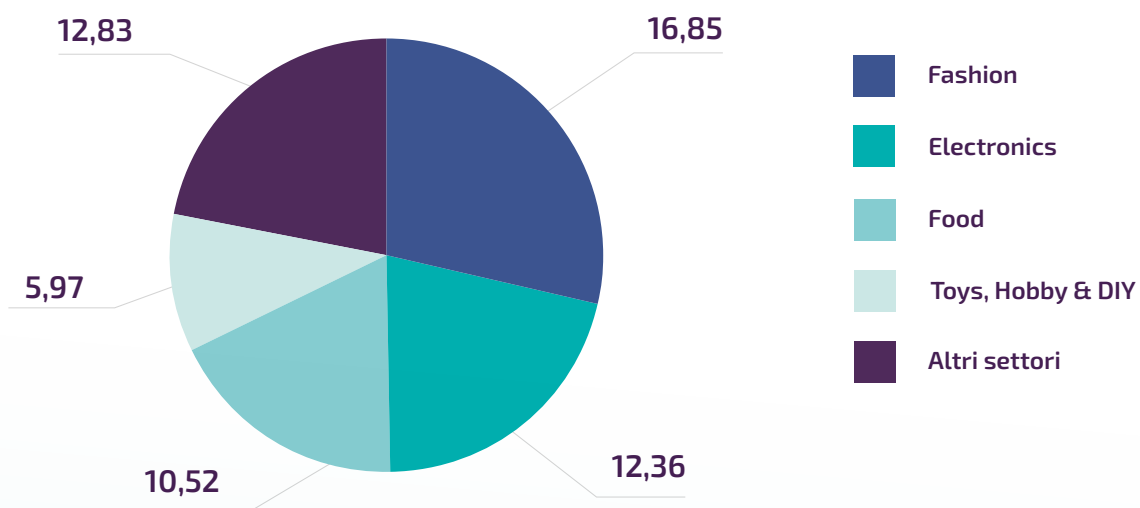


# E-commerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

## INDIA: B2C E-COMMERCE MARKET SIZE (2021)

Fonte: Statista, 2021, valori in miliardi di dollari



Nel 2021, il valore del fatturato dell'intero mercato e-commerce B2C indiano era di \$58,53 miliardi (Statista,2021), e nel periodo 2021-2025 è prevista una crescita ad un tasso annuo medio dell'17%, un valore molto alto.

I principali settori dell'e-commerce B2C indiano (Statista,2021) sono: **Fashion** (\$16,85 miliardi di fatturato nel 2021), **Electronics** (\$12,36 miliardi di fatturato nel 2021) e **Food** (\$10,52 miliardi di fatturato nel 2021).

# E-commerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## I PRINCIPALI CANALI DI VENDITA ONLINE IN INDIA, PER VENDITE E-COMMERCE NETTE (STATISTA,2021), US\$ BILLIONS

Company	2021 net sales revenue, US\$ billions	Settore	Fondato in India	Facilità nel reperimento di info operative per diventare venditore (ove possibile)
Flipkart	5,30*	Multisetoriale	Si	Alta
Amazon	1,95*	Multisetoriale	No	Alta
Bigbasket	1,22	Multisetoriale	Si	Bassa
Ajio	1,11	Fashion	Si	Alta
Reliance Digital	0,75	Consumer Electronics	Si	Alta
Blinkit	0,35	Multisetoriale	Si	Alta
Apple	0,33	Multisetoriale	No	\

In India sono al momento attivi diversi importanti canali di vendita online. **Flipkart** è ritenuta uno dei principali player nell' e-commerce B2C indiano. Il dato riportato (Statista,2021) fa riferimento all'intero fatturato generato nell'anno fiscale 2021, e ammonta a \$5.30 miliardi. **Amazon** ha fatturato nel 2021 in India circa \$1,95 miliardi. **Bigbasket** è un marketplace nato in India nel 2011, e ha generato \$1,22 miliardi di vendite nette nel 2021. **Ajio** ha fatturato complessivo di \$21 miliardi. **Reliance Digital** dedicato al settore Consumer Electronics, nel 2021 le sue vendite e-commerce nette ammontavano a \$0.75 miliardi. Segue **Blinkit**, nel 2021 il valore generato dalle sue vendite e-commerce nette ammontava a circa \$0,35 miliardi.



# E-commerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## ■ INFRASTRUTTURE

Il primo indicatore da segnalare è il Logistic Performance Index della World Bank (2018), un indice che misura diversi aspetti della rete logistica di un dato paese, come la qualità e la competenza dei servizi logistici, l'efficienza delle dogane, o il livello di tracciabilità delle spedizioni. L'India ha ottenuto uno score di 3,18 su 5, un punteggio nella media, simile ai punteggi ottenuti da altri paesi in via di sviluppo (Brasile 2,99; Messico 3,05).

Se si considerano le infrastrutture abilitanti alla navigazione Internet, un importante indicatore da considerare è il numero di server internet con protocolli di sicurezza elevati (certificati TLS/SSL) per milione di abitanti, sviluppato dalla World Bank (2020). L'India ha ottenuto uno score di 478 server sicuri per milione di abitanti, un valore basso. Va comunque considerato che nei paesi più popolosi e in via di sviluppo, come l'India, è più difficile e lento fornire infrastrutture internet adeguate a tutta la popolazione.

L'ultimo importante aspetto da considerare

### Logistic Performance Index

World Bank (2021)

**3,18** /5

### Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index

World Bank (2021)

**82,5** /100

riguardo alle infrastrutture è relativo all'efficienza e qualità delle attività di import/export. Per valutare questo aspetto va considerata la componente Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index. (World Bank,2020). Si tratta di una componente di un indice complesso, volta a valutare costi e tempi relativi ad attività di import e di export per un dato paese. L'India ha ottenuto uno score di 82,5/100: un punteggio elevato per il tipo di economia considerata.



# E-commerce

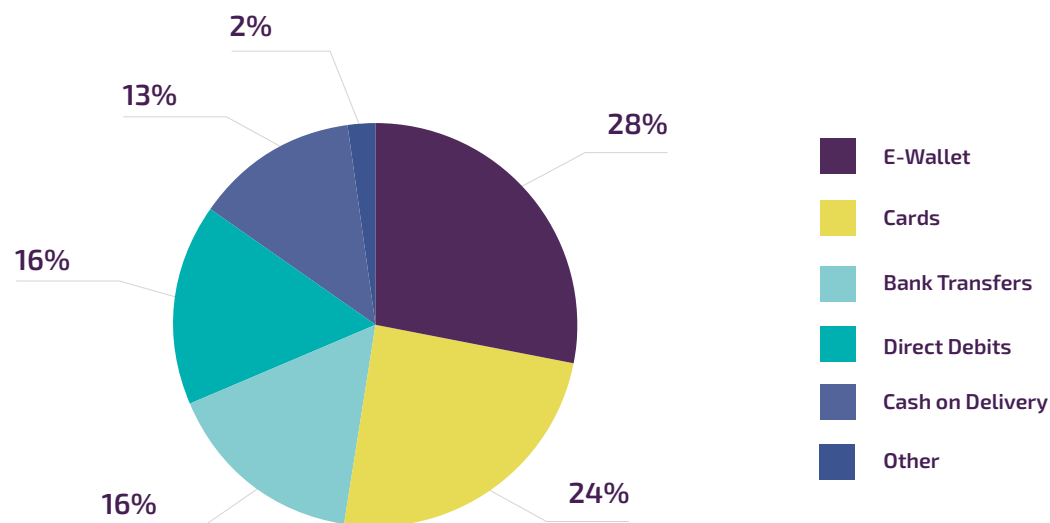
TREND E COMMENTO QUALITATIVO

## TECNOLOGIA E CONSUMATORI

La popolazione indiana non pare altamente digitalizzata: solo il 46% di essa ha accesso a Internet. Il tasso di penetrazione degli smartphones in India nel 2021 era del 60% (Statista,2021).

Gli utenti dei canali di vendita e-commerce in India nel 2021 si attestavano complessivamente a circa 643 milioni di individui, e sono praticamente raddoppiati in 5 anni, dato che nel 2017 si attestavano a 321 milioni di individui (Statista,2021). I ricavi medi e-commerce B2c per utente in India nel 2021 sono stati di \$90,89 (Statista 2021).

Riguardo ai metodi di pagamento più utilizzati, il seguente grafico mostra le diverse preferenze dei consumatori indiani e si riferisce alla quota dei metodi di pagamento sul volume totale della merce lorda, relativamente all'e-commerce B2C nel 2021 (Statista,2021).



Dal grafico emerge che le forme di pagamento più diffuse sono: gli **e-wallet**, le **carte di credito**, i **trasferimenti bancarie**.

# E-commerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



## ■ PANORAMICA SUGLI UTENTI

Riguardo alla divisione per fasce di età degli utenti e-commerce in India:

- il 30,3% degli utenti e-commerce si colloca nella fascia 18-24 anni
- il 37,9% nella fascia 25 -34
- il 25,3% nella fascia 35-44
- il 5,7% nella fascia 45-54
- il 0,8% nella fascia 55-64

Le fasce di reddito sono equamente rappresentate nei consumatori e-commerce in India:

- il 32,5% di essi è riconducibile ad un reddito basso
- il 34% ad un reddito medio
- il 33,6% ad un reddito alto (Statista, 2021).

Da queste informazioni emerge una situazione da cui si evince come il sistema di infrastrutture a supporto dell'e-commerce, e più in generale dell'accesso a Internet, ha le potenzialità per essere migliorato e per garantire l'accesso a Internet ad una fascia maggiore della popolazione indiana. I tassi di penetrazione degli smartphones sono incoraggianti, e gli utenti e-commerce sembrano concentrarsi per la maggior parte nelle fasce più giovani della popolazione.

## ■ TREND E RIFERIMENTI

Relativamente ai trend tecnologici in atto nel paese, il governo ha attuato iniziative come Digital India, Skill India, Startup India e Make in India per promuovere e aiutare la crescita dell'e-commerce nel paese. Alcuni dei principali sviluppi nel settore dell'e-commerce indiano sono:

- il lancio di Paytm Payment Bank, la prima banca indiana che non prevede spese per le transazioni online, non richiede un saldo minimo e fornisce una carta di debito virtuale gratuita;
- il governo indiano ha innalzato il limite degli investimenti diretti esteri (FDI) nel modello di mercato dell'e-commerce fino al 100% (nei modelli B2B), per aumentare la partecipazione degli operatori stranieri nel settore dell'e-commerce;
- il governo indiano ha elargito fondi per un valore di circa 23,8 milioni di dollari a 1 milione di clienti per aver adottato forme di pagamento digitali;
- la Reserve Bank of India (RBI) ha deciso di consentire l'"interoperabilità" tra gli strumenti di pagamento prepagati (PPI) come i portafogli digitali, i buoni prepagati

# E-commerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



e le carte prepagate di ricarica telefonica. La RBI ha anche dato istruzioni alle banche e alle aziende di rendere interoperabili tra loro tutti gli strumenti di pagamento prepagati (PPI) conformi alle norme KYC (Know-Your-Customer), come i portafogli mobili, tramite l'interfaccia dei pagamenti unificata (UPI).

Per far progredire l'infrastruttura di telecomunicazione 5G dell'India, nel maggio 2021 il Dipartimento delle telecomunicazioni ha autorizzato gli operatori di telecomunicazione indiani (Reliance Jio, Bharti Airtel, Vodafone Idea e MTNL) a iniziare le sperimentazioni 5G. Le prove 5G non commerciali sono state condotte con lo spettro allocato nella banda media (3,2 GHz-3,67 GHz), nella banda mmWave (24,25 GHz-28,5

GHz) e nella banda sub-1 GHz (700 MHz), oltre che nello spettro esistente degli operatori. Il governo indiano si sta ora preparando per l'asta delle infrastrutture 5G nel paese. Per quanto riguarda il mondo B2B indiano, secondo uno studio condotto da the Centre for Business and Economic Research (Cebr,2022) e rivolto a 500 decision makers del settore finanziario operanti in India, si è riscontrata una tendenza al rialzo e una maggiore fiducia nelle attività di digitalizzazione delle imprese B2B, con il 74% delle aziende che prevede di spendere di più in tecnologia e il 72% che prevede di effettuare maggiori investimenti di capitale nel 2022. Secondo un report di un provider di servizi finanziari operante in India (Aventus Capital,2023), l'e-commerce B2B indiano sarà caratterizzato nei prossimi 5 anni da una forte crescita: entro il 2027 il gross merchandise volume (GMV) generato dai marketplace B2B e dai siti di

e-commerce indiani dovrebbe raggiungere gli US\$125 mld, rispetto ai US\$20 mld del 2022. Secondo il report, l'e-commerce B2B indiano sta attirando anche molti capitali d'investimento.



# SACE

SCOPRI DI PIÙ SU

[WWW.SACE.IT](http://WWW.SACE.IT)