IICCI
THE INDO-ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY
MUMBAI • DELHI • KOLKATA • CHENNAI • BANGALORE • PUNE • AHMEDABAD

India: Chiavi di Accesso al Mercato

Opportunità nel Settore della Moda, degli Accessori e della Gioielleria

Ottobre 2026

IICCI – Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry
Camera di Commercio Italiana in India



India 2026: dimensione e trasformazione

1,46
miliardi di abitanti

29 anni
Età mediana

7,5%
Crescita media del PIL

4ª
Economia mondiale (3° entro il 2030)

Le direttrici di crescita del Paese

1

Industrial upgrading & manifattura avanzata

Le iniziative **Make in India**, **Production Linked Incentive (PLI)** per trasformare l'India in un hub manifatturiero globale

2

Infrastrutture e smart cities

Un piano da centinaia di miliardi di dollari per **trasporti**, **logistica**, **porti** e **città intelligenti**: domanda massiccia di tecnologia, ingegneria e soluzioni avanzate

3

Transizione energetica

Obiettivo **500 GW** da rinnovabili entro il 2030: solare, eolico ed efficienza energetica sono priorità nazionali con investimenti pubblici e privati record

4

Digitalizzazione ed e-commerce

Digitalizzazione: 3° ecosistema startup mondiale, 110+ unicorni tech, leader mondiale in ambito GCC – Global Capability Centers, 700 milioni di smartphones

Non è solo crescita demografica. È una trasformazione industriale, tecnologica e digitale in corso.

© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

India 2026: la composizione del mercato

Il potenziale mercato per il Made in Italy si estende a oltre **50 milioni di persone** con capacità di spesa per beni premium e luxury. Una piramide di consumatori in rapida espansione che rappresenta il target ideale per le eccellenze italiane nel design, nella moda, nell'enogastronomia e nei beni di alta gamma.



Top spender: consolidare e ampliare il Made in Italy

Il segmento top della piramide – miliardari, facoltosi e upper class – conosce già il Made in Italy e lo acquista regolarmente: qui si tratta di **aumentare la quota di spesa destinata ai nostri brand**, non di creare la domanda da zero.

Middle class: la vera frontiera, con più localizzazione produttiva

La vera frontiera di crescita è la vasta middle class indiana, in rapido aumento e sempre più orientata a prodotti di qualità ma accessibili: per servirla occorre **combinare brand e know-how italiani con produzione o adattamento locale in India**, così da essere competitivi sul prezzo e andare oltre la sola nicchia ultra-premium.

Elaborazione IICCI da varie fonti: stima di mercato orientata ai consumi, non classificazione ufficiale del reddito

© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

India–Italia: una Partnership Strategica Speciale

€ 57B

€ interscambio 2021–2024

€ 14,5B

interscambio 2025

€ 5,4B

export Italia nel 2025

7°

partner commerciale dell'Italia

EU–India FTA

operatività attesa dal 2027

⇨

€ 20B

Obiettivo 2029

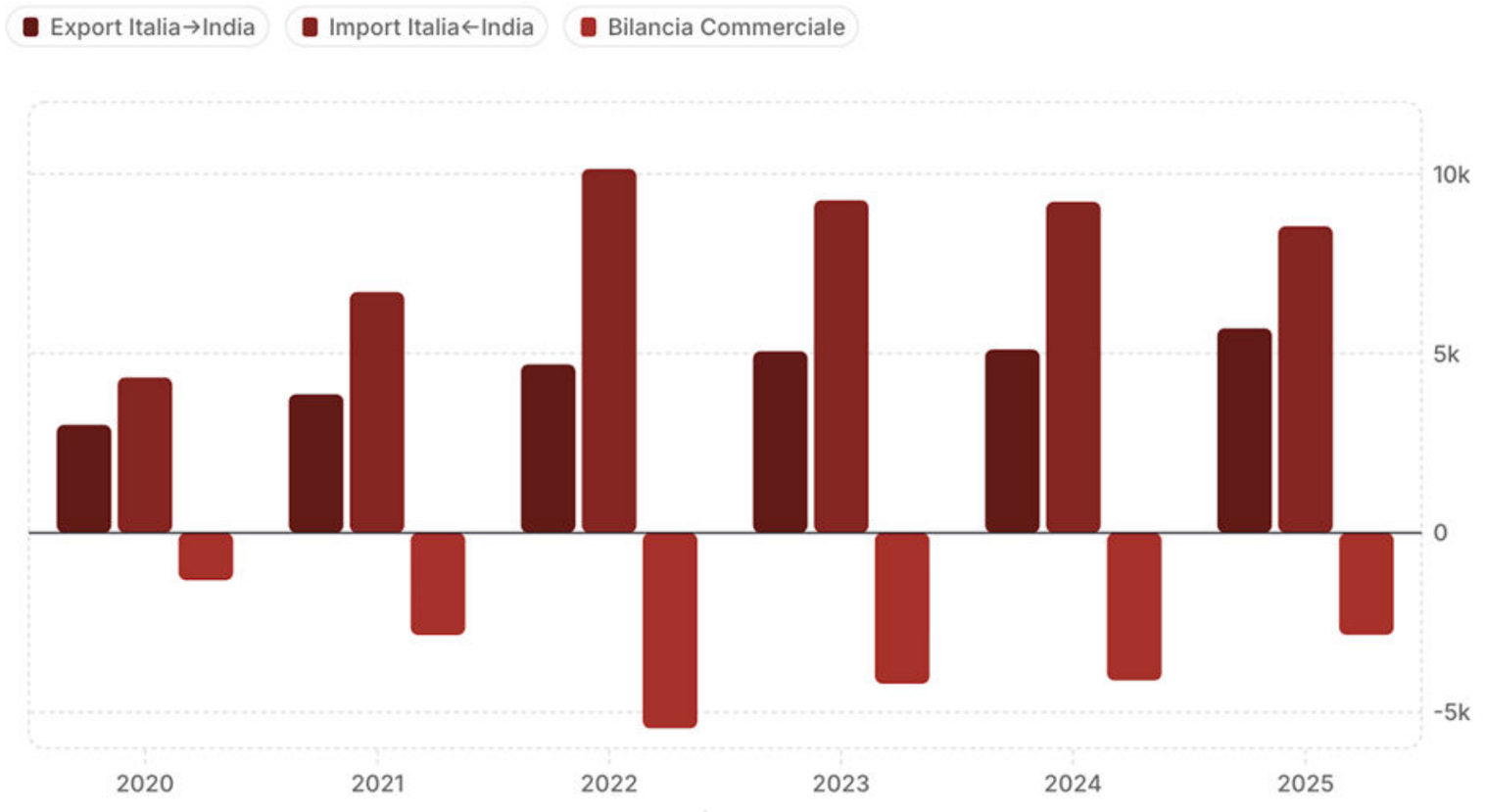
Il mercato è in accelerazione.



© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

Evoluzione dell’interscambio Italia-India (2020–2025)

La bilancia commerciale è in netto miglioramento dal 2022: il deficit si è ridotto del 31% in tre anni, a conferma che l'export italiano sta accelerando più rapidamente dell'import. Il Free Trade Agreement UE-India rappresenta il catalizzatore che potrebbe invertire definitivamente il saldo nei prossimi anni.



89 %

Crescita Export

+89% dal 2020 al 2025 — l'export italiano verso l'India quasi raddoppiato in 5 anni

97%

Crescita Import

+97% dal 2020 al 2025 — forte integrazione produttiva tra i due sistemi

-3,7 Mld

Bilancia 2025

Deficit in miglioramento rispetto al picco di -5,4 Mld del 2022 — trend positivo per l'Italia.

Il Free Trade Agreement UE-India potrebbe accelerare ulteriormente questa dinamica nei prossimi anni.

© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

Imprese italiane in India – Regioni e Città principali

1057 aziende italiane in India
Stock di investimenti in India dall'Italia dal 2000 =
Euro 3,5 miliardi
Forza lavoro aziende italiane in India: ~60k
Marchi italiani presenti nel mercato indiano: +2000

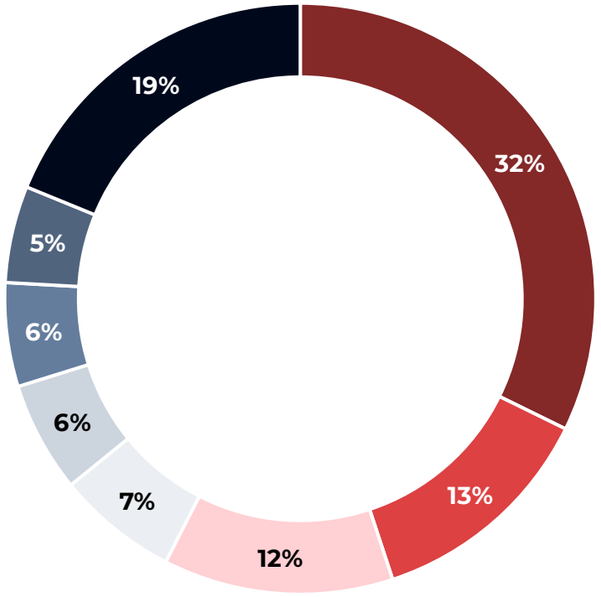
Nord (Delhi)	= 281 aziende
Ovest (Maharashtra, Mumbai, Pune, Ahmedabad)	= 486 aziende
Nord Est (Kolkata)	= 21 aziende
Sud (Karnataka, Bangalore)	= 166 aziende
Sud-Est (Tamil Nadu, Chennai)	= 103 aziende



© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

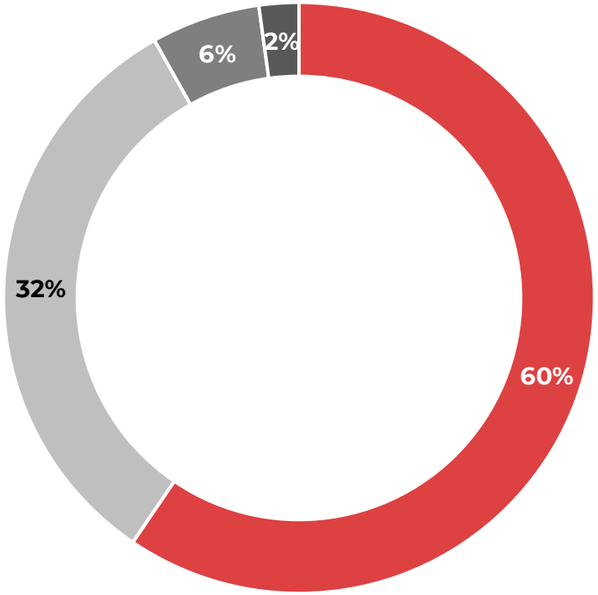
Imprese italiane in India – Settori e tipologia

Settori



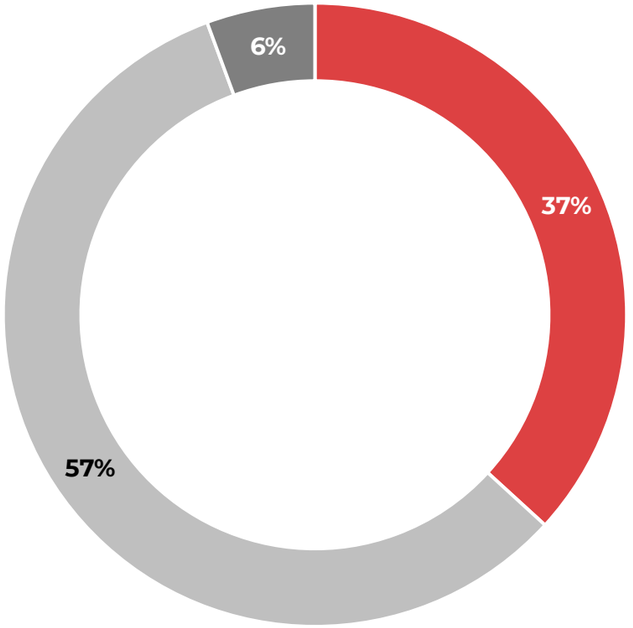
- Macchinari & Strumenti
- Infrastrutture & Costruzioni
- Automotive & Componentistica
- Moda & Accessori
- Energia & Tecnologie per l'Ambiente
- Arredo & Design
- ICT & Elettronica
- Altro

Tipologia



- A. Controllata
- B. Joint Venture
- C. Ufficio Rappresentanza / Branch
- D. Altro

Attivita'

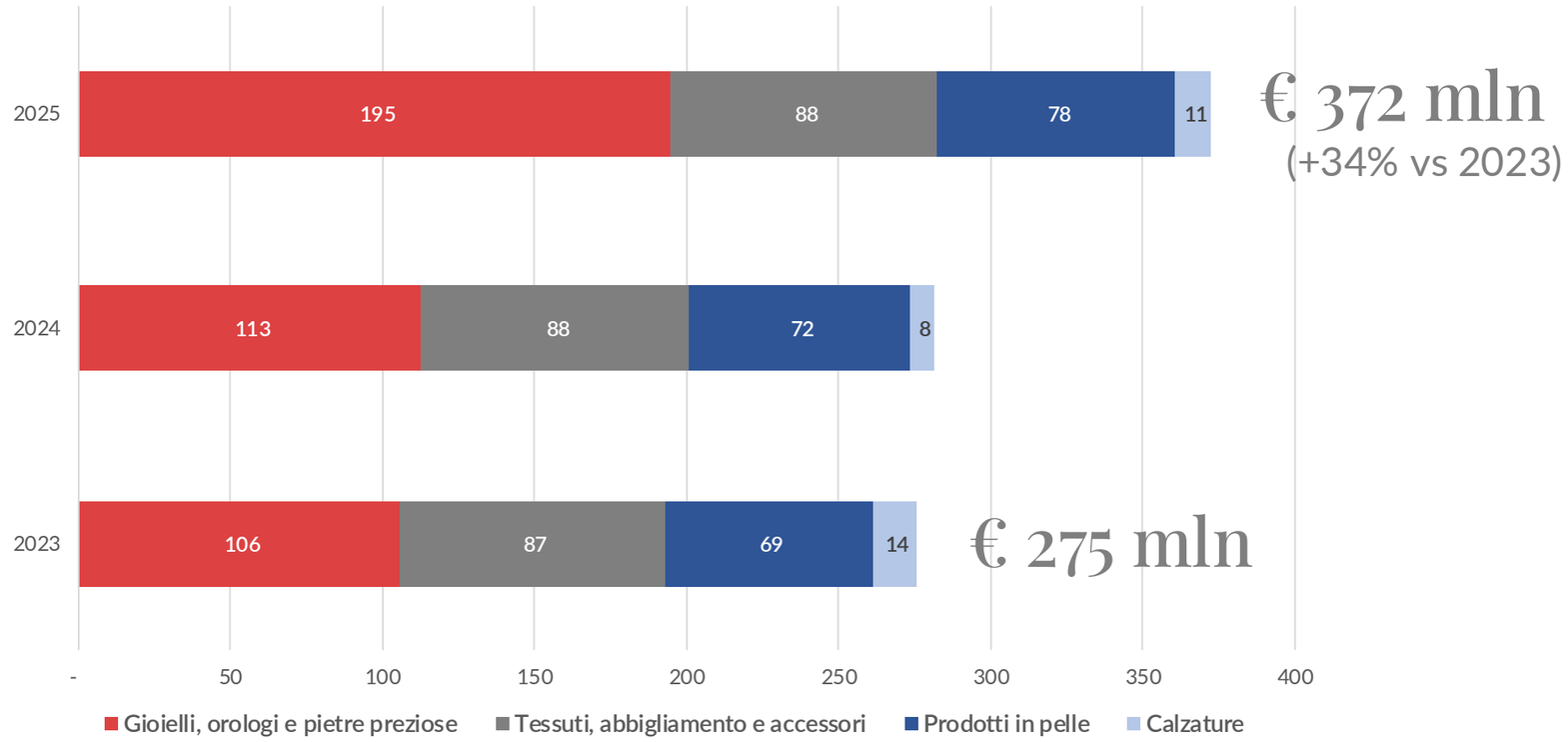


- Produzione
- Ufficio commerciale
- Rappresentanza

© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

Esportazioni italiane in India: moda e accessori

Il posizionamento competitivo non passa dal prezzo.
Le imprese italiane devono differenziarsi su progetto, qualità, performance del ciclo di vita, affidabilità della supply chain e assistenza locale.



Implicazioni per la valutazione del settore

- Svolta nel 2025: dopo tre anni di stabilità (276-281 milioni di euro tra il 2022 e il 2024), il paniere cresce.
- Crescita concentrata: gioielli, orologi e pietre preziose (+82 milioni) spiegano il 90% dell'aumento e salgono al 52% del paniere. La categoria include le pietre preziose, il dato non riflette necessariamente la crescita dei gioielli finiti o dei marchi italiani.
- Crescita piu' contenuta per gli altri comparti (+5,4% complessivo):
  - tessile e abbigliamento restano stabili a 88 milioni;
  - la pelle sale da 72 a 78 milioni (+8,3%);
  - le calzature passano da 8 a 11 milioni, ma ancora sotto il livello del 2023.

L'export italiano in India cresce soprattutto grazie a gioielli, orologi e pietre preziose.
Negli altri comparti le opportunità vanno valutate prodotto per prodotto.

© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

FTA India–UE: Barriere oggi, Push domani

A settembre, la Commissione Europea ha presentato ufficialmente le proposte per autorizzare la firma, prevista per **dicembre 2026.**
Questo passaggio sblocca l'iter di ratifica formale del Parlamento europeo e del Governo indiano che dovrebbe avvenire, con o gni probabilità, all'inizio del 2027.
L'accordo sarà operativo immediatamente dopo.

2 miliardi di consumatori | da **~19%** a **~4%** | **€4 miliardi** di risparmio per anno

Prodotto	UE ↠ India			India ↠ UE	
	Oggi	Con FTA	Percorso (A1 – A4)	Oggi	Con FTA
Tessuti di lana, seta, cotone	10–25%	0% · A1	immediato	3–8%	0% · A1
Abbigliamento	20–22%	0% · A1	immediato	12%	0% · A1
Pelli conciate	11%	0% · A8	9,6% · 5,5%	0–6,5%	0% · A1
Borse e pelletteria	16,5%	0% · A8	14,4% · 8,3%	2,7–9,7%	0% · A1
Calzature in pelle	38,5%	0% · A8	33,7% · 19,3%	5–8%	0% · A1
Calzature sportive e casual	38,5%	0% · A8	33,7% · 19,3%	17%	0% · A1
Gioielli in oro e argento	22%	17% · A6	21,2% · 18,7%	2,5–4%	0% · A1
Bigiotteria	22%	Esclusa (22%)	Nessun taglio	4%	0% · A1
Orologi di lusso	22%	0% · A1	immediato (7 su 10)	4,5%	0% · A1
Occhiali da sole Montature	22% 11%	0% · A8	19,3% · 11,0% 9,6% · 5,5%	2,2–2,9%	0% · A1
Profumi e cosmetici	22%	Per lo piu' A8	19,3% · 11,0%	0%	0%

Perche' muoversi adesso?

L'accordo non cambia tutto in un giorno. Tessuti e abbigliamento si aprono subito; per calzature, pelletteria, occhiali e cosmetica il dazio indiano scende in otto anni ed è già dimezzato nel quarto. Le posizioni di mercato si decidono prima che la riduzione sia completa.

Chi si muove oggi può costruire relazioni commerciali, canali distributivi e notorietà del marchio in anticipo sulla concorrenza che arriverà a dazi ridotti. A dazio zero non conterà più il prezzo, ma la posizione già conquistata.

Vale anche per chi organizza in India la propria filiera di approvvigionamento verso l'Europa.

Fonte: elaborazione IICCI su documenti ufficiali pubblicati dalla Commissione Europea (policy.trade.ec.europa.eu – EU-India: Text of the agreements). Testi a scopo informativo, soggetti a revisione giuridica; saranno definitivi solo alla firma dell'Accordo.

© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

Moda & Accessori Made in Italy in India: SWOT

Fattori critici di crescita della domanda

Ricchezza
Grandi patrimoni +63% in cinque anni

Generazione Z
Vale il 43% dei consumi

Premium accessibile
Abbigliamento di fascia medio-alta: ~+25% l'anno

Vendite online
Oltre 77,6 mld € nel 2026 nella moda le città minori crescono più delle metropoli

Spazi commerciali scarsi Domanda alta nei centri commerciali, pochi nuovi spazi di qualità

Matrimoni
Sostengono gioielli, abiti da cerimonia e accessori

Punti di forza

- Export già consistente: 372 mln € nel 2025
- Design e artigianalità
- Presenza su più fasce di prezzo
- Modelli di ingresso già collaudati

Punti di debolezza

- 90% della crescita export da gioielli e orologi
- Prezzi alti, mercato in crescita nella fascia bassa
- Modelli del lusso poco adatti alle PMI
- Dipendenza dal partner locale

Opportunità

- Accordo di libero scambio: dazi da ~19% a 4% in 8 anni
- Abbigliamento: +9% l'anno, 151 mld € nel 2030
- Occhiali da sole: +14% l'anno
- Gioielleria e orologi premium: circa +12% l'anno

Minacce

- Concorrenza della moda a basso prezzo
- Certificazioni obbligatorie: calzature, gioielli
- Entrata in vigore dell'ALS non ancora confermata
- Spazi per il lusso scarsi

1

Opportunità più immediate: tessuti di pregio, occhialeria e abbigliamento premium prodotti in Europa

2

Opportunità graduali: pelletteria e orologi, dove i dazi si azzerano in circa sette anni.

3

Opportunità selettive: calzature e gioielleria, adatte soprattutto alla fascia alta o a proposte molto specifiche.

© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

Come Entrare: Visione Strategica

L'India è un mercato di medio-lungo periodo

- Non è un mercato da "test", ma “here to stay”
- E’ un mercato “Relationship intensive”, presidio continuativo e approccio progressivo nel tempo
- E’ un “mercato-continente”: approcci specifici per geografie: Nord (Delhi), Nordest (Calcutta), Ovest (Mumbai, Ahmedabad, Pune) e Sud (Hyderabad, Bangalore e Chennai)

Percorso di 3 anni per PMI

1. Preparare

- Definire fascia di prezzo e 1-2 città (Mumbai, Delhi NCR o Bengaluru)
- Verificare requisiti BIS, origine UE, dazio e GST
- Verificare registrazione marchio in India
- Identificare il modello piu’ efficace di accesso al mercato
- Definire il profilo del partner indiano ideale (se necessario)

2. Entrare

- Lancio (con il partner): obiettivi minimi, prezzi controllati e dati di vendita condivisi.
- Collezione ridotta, adattata a taglie, gusti e ricorrenze indiane.
- Online e corner multimarca prima del negozio monomarca.
- Fiere B2B e incontri con i buyer.
- Contenuti digitali per la Generazione Z ed eventi in negozio.

3. Consolidare

- Ampliare prodotti e le città che vendono a prezzo pieno e generano riacquisti.
- Adeguare i listini man mano che scendono i dazi.
- Aprire un negozio monomarca solo con un partner e una location adeguati.
- Valutare la produzione locale solo per forniture B2B o per l’export, non per i prodotti venduti come «Made in Italy».



© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati

Aspetti culturali chiave
e mini check-list per incontri B2B in India

Tempo e Decisioni

Alternanza tra fasi di urgenza (abi - adesso) e lunghi silenzi (khal – non adesso): il silenzio non è un "no", spesso significa che la pratica è ferma a un livello gerarchico interno.

Gerarchie e Decisori Reali

La struttura sociale si riflette in azienda: forte rispetto delle gerarchie, poca iniziativa intermedia; è cruciale capire chi prende davvero le decisioni e tarare i tempi di negoziazione.

Qualità, Prezzo e Improvvisazione

Consumatori divisi tra frugalità e status symbol; dal lato produttori è diffusa la logica del jugaad (soluzioni creative ma poco strutturate), quindi serve insistere su standard, procedure e post-vendita.

Comunicazione e Relazione

Il "sì" spesso significa "ho capito", non "sono d'accordo"; la relazione è prima di tutto personale, e richiede presenza, visite regolari e pazienza in negoziazione.

Prima dell'incontro

- Chiarire obiettivi minimi e massimi dell'incontro, con margini negoziali.
- Preparare materiali molto chiari (schede tecniche, prezzi, tempi) da lasciare in forma scritta.

Durante l'incontro

- Verificare più volte – senza apparire pedanti, usando domande di conferma e brevi riassunti – che cosa è stato realmente compreso e condiviso da tutte le parti.
- Chiedere esplicitamente chi dovrà approvare i prossimi passi e in che tempi.

Dopo l'incontro

- Inviare un recap scritto con punti concordati, attività e responsabilità.
- Non spaventarsi di fronte ai silenzi: programmare follow-up cadenzati e pazienti, mantenendo il contatto personale.

© 2026 IICCI – Camera di Commercio Italiana in India | Tutti I diritti riservati



IICCI: Il vostro presidio operativo in India

1966	750+	7 + 2	30+	+1000
Fondata	associati	uffici in India e Desk in Italia	professionisti	aziende italiane già presenti nel Paese

La nostra proposta di valore

Market Entry & Business Matching

Identificazione, valutazione e selezione di partner commerciali e industriali, distributori e agenti locali.

Supporto Legale & Regulatory

Normative di import, certificazione BIS obbligatoria, compliance GST, contrattualistica, protezione marchi e IP nel sistema legale indiano.

Intelligence di Mercato

Analisi di mercato settoriali, competition analysis, posizionamento di marchio e prezzo, analisi SWOT competitiva, trend.

Branding & Promozione

Promozione tecnologie italiane in India (Italian Tech in India), Made in Italy (Festa Italiana), lifestyle indiano in Italia (Namaste India), padiglione italiano in fiere indiane (Spazio Italia).

Soft Landing & Costituzione Società

Incorporazione, gestione contabilità e compliance, HR scouting & management, domiciliazione e gestione operativa, spazio ufficio in area co-working..

Networking & Formazione

Webinar e workshop su contratti e fiscalità indiana, cultura del business, incentivi PLI e FTA. Accesso alla community di oltre 750 imprese associate.

IICCI – Indo Italian Chamber of Commerce and Industry | Prestige Turf Tower, 23rd floor, Shakti Mill Lane, off Dr. Elijah Moses Road, Mahalaxmi, Mumbai - 400011
EMAIL - iicci@indiaitaly.com | TELEFONO: +91 22 67728186
© IICCI – Indo Italian Chamber of Commerce and Industry | Tutti I diritti riservati

GRAZIE!

IICCI – Indo Italian Chamber of Commerce and Industry

Prestige Turf Tower, 23rd floor, Shakti Mill Lane, off Dr. Elijah Moses Road, Mahalaxmi, Mumbai - 400011

EMAIL - iicci@indiaitaly.com |

TELEFONO: +91 22 67728186

© IICCI – Indo Italian Chamber of Commerce and Industry | Tutti I diritti riservati

DA 60 ANNI, AL CENTRO DELLE RELAZIONI ITALO-INDIANE

FOR 60 YEARS, AT THE CENTER OF INDO-ITALIAN RELATIONS



Scansiona il codice per accedere a tutte le info e documenti messi a disposizione dalla IICCI