



INSIDE

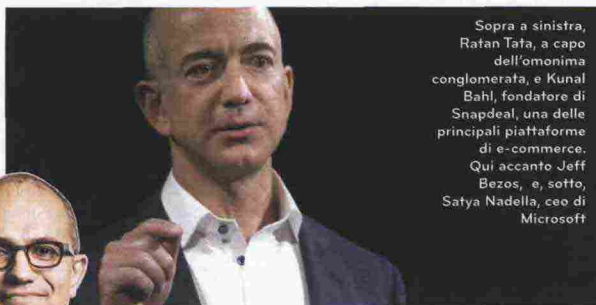
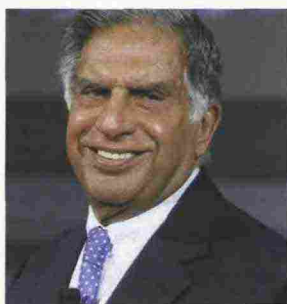


E-India

di Martina Mazzotti

App, software, e-commerce, digital payment: sono mille le opportunità che il programma di digitalizzazione accelerata voluto dal governo sta aprendo. E grazie alla demonetizzazione in corso, gli acquisti online sono esplosi

Ogni secondo tre nuove persone si aggiungono per la prima volta agli utenti indiani di Internet. Facendo un rapido calcolo significa che per il 2030 più di un miliardo di indiani sarà online. Se si aggiungono a questo dato due fattori, e cioè che l'India è una delle economie più grandi e a più rapida crescita del mondo e che vanta la più nutrita popolazione di millennials in assoluto, si capisce perché la via digitale qui è già un'autostrada a più corsie. «L'affermarsi di un'economia digitale ha conferito all'indiano medio levatura, ricchezza e identità e ha completamente trasformato il mercato», ha sottolineato recentemente in una sua recente intervista Ratan Tata, 78 anni, presidente emerito di Tata Sons, uno degli uomini più potenti del mondo, fondatore e principale azionista del più grande gruppo privato indiano che opera nei più diversi segmenti industriali, dall'automotive al beverage, passando per l'acciaio. Tata è profondamente convinto che Digital India e Startup India, gli audaci piani governativi lanciati dal primo ministro Narendra Modi alla fine del 2014, non siano affatto una bolla, ma molto concreti. «La trasformazione dell'India in economia digitale sta già avendo luogo e nell'ultimo anno ho fatto investimenti personali in almeno una venti-



Sopra a sinistra, Ratan Tata, a capo dell'omonima conglomerata, e Kunal Bahl, fondatore di Snapdeal, una delle principali piattaforme di e-commerce. Qui accanto Jeff Bezos, e, sotto, Satya Nadella, ceo di Microsoft



«L'affermarsi di un'economia digitale ha conferito all'indiano medio levatura, ricchezza e identità e ha completamente trasformato il mercato» Ratan Tata

na di startup», ha rivelato. In effetti nei settori Digital, It e dall'Elettronica integrata il clima è incandescente, in India. Il surriscaldamento è incominciato nel 2014 quando Modi ha deciso di inserire tra le priorità di governo quella di trasformare il paese in un'economia dalle

forti competenze digitali e migliorare gli standard di vita dei cittadini attraverso un maggiore coinvolgimento con l'attività governativa e la semplificazione burocratica.

UN MEGA PROGETTO

Attualmente però, l'India presenta un digital divide abbastanza consistente, nonostante 915 milioni di abbonati wireless, secondo mercato al mondo, e quasi 259 milioni di internet users. Ma più di un miliardo di indiani non ha ancora accesso a Internet. Il progetto Digital India mira a recuperare questo gap intervenendo principalmente in tre ambiti: creare infrastrutture digitali, attivare sistemi di e-governance e servizi digitali per la semplificazione burocratica, diffondere l'alfabetizzazione digitale. L'impatto sull'economia reale, se il progetto venisse completato entro il 2019, come Modi vorrebbe, potrebbe essere un incremento di Pil fino a mille miliardi di dollari, hanno stimato gli analisti di Deloitte, influenzando anche sull'occupazione, la produttività, la crescita del numero di imprese e quindi le entrate fiscali. Banca Mondiale, dal canto suo, ha stimato che un aumento del 10% della penetrazione della telefonia mobile e della banda larga hanno un impatto sul Pil pro capite delle economie emergenti rispettivamente dello 0,81% e dell'1,38%. Uno dei pilastri su cui poggia Digital India è lo sviluppo delle broadband highways, le autostrade digitali ad alta velocità, per le quali il governo ha stanziato 5 miliardi di rupie, che porteranno la banda larga a 250 mila consigli di villaggio (gram panchayats), a tutti i dipartimenti governativi, le università, e i centri di ricerca e sviluppo del paese entro 3 anni grazie alla posa di oltre 600

Dicembre 2016 - Gennaio 2017

INSIDE

MF
INTERNATIONAL
INDIAITALIA

Testimonial/Piero Sella, Banca Sella

L'E-BANKING BIELLESE NELLA FUCINA DI CHENNAI

Dal Piemonte al cuore pulsante dell'high tech indiano il passo non è poi così lungo. È stato questo il pensiero anticipatore di Piero Sella, oggi rappresentante della terza generazione alla guida del gruppo di famiglia Banca Sella fondato nel 1886 a Biella, che nel 2008 ha deciso di aprirsi all'innovazione in modo piuttosto speciale, ovvero andando in India a imparare ciò che di meglio questo paese sa fare: software e sistemi informatici. È nata così la branch indiana di Banca Sella, con sede a Chennai, che opera nel settore della progettazione e sviluppa prodotti informatici per le società e le banche del Gruppo ma non solo. «Puntiamo anche a sviluppare servizi B2B, per mettere il digitale al servizio delle imprese, per esempio con modalità di pagamento Up Mobile che consentono a un esercizio commerciale di estendere le occasioni di vendita anche oltre l'orario di apertura attraverso dei codici, sia nel segmento e-commerce proponendo alle aziende la gestione in outsourcing



Piero Sella, ceo della banca di famiglia

di tutta l'attività di vendita, dall'incasso, al processo logistico e di fatturazione», ha spiegato a MFI Giada Bono, 37 anni, di Gattinara (Ve), ma indiana d'azione da ormai dieci anni. Nella sede di Chennai gestisce 260 persone, fra programmatori, project manager e analisti, quasi tutti di nazionalità indiana. «L'India è davvero una fucina di innovazione, lo è sempre stata ma da qualche anno a questa parte ancora di più», ha confermato Giada Bono che crede molto nella nuova spinta al digitale che arriva dal governo. «Modi ha spinto il settore privato a investire nell'innovazione digitale e sta puntando molto sulla formazione e le nuove generazioni». Banca Sella attinge continuamente dai campus universitari da dove spesso arrivano le migliori idee. Il governo inoltre sta puntando sul tema della financial inclusion per esempio imponendo alle società di reinvestire almeno il 2% degli utili in programmi di social responsibility. «La collaborazione fra settore privato e pubblico oggi è tangibile», ha concluso Bono.

cellulari venduti in India sono abilitati alla connessione Internet, ma risultano ancora costosi per un paese con un reddito medio di 6 mila dollari l'anno. Così grazie al sostegno di una campagna governativa per valorizzare le produzioni locali la India Ringing Bells ha lanciato, all'inizio del 2016, uno smartphone da 4 dollari e un dispositivo di fascia superiore che supporta il 4G, a poco più di 40 dollari. E l'estate scorsa Reliance, uno dei maggiori gruppi privati, ha lanciato un contratto di telefonia mobile, Reiance Jo, che per 2 dollari al mese, 150 rupie, consente internet e chiamate gratis nel mercato indiano, mettendo fuori mercato giganti internazionali della telefonia come Vodafone. In questo mood, ha avuto un successo immediato il programma di identificazione univoca Aadhaar, che significa sostegno, lanciato dal governo per far fronte al problema dell'analfabetismo soprattutto nelle zone rurali che rendeva inaccessibile a una larga fascia della popolazione l'accesso a servizi di base, l'apertura di un conto bancario, l'ottenimento della patente di guida, il godimento dei sussidi statali dei quali dovrebbero essere i principali fruitori, oltre alla possibilità di votare e pagare le tasse. In poco più di un anno oltre 1 miliardo di indiani, il 93% della popolazione adulta, ha ricevuto gratuitamente una tessera che

mila chilometri di fibra in tutto il paese. Bsnl, la telecom pubblica, Raitel, il ramo telecom delle ferrovie indiane, e PowerGrid Corporation, l'ente di trasmissione dell'energia, sono i tre gruppi coinvolti in questo immane compito.

IN GARA SUL BUSINESS

Anche Google, Facebook e Microsoft stanno facendo a gara per portare il loro contributo all'e-India. Un anno fa durante il suo viaggio nella Silicon Valley, Modi, fra l'altro il primo presidente indiano in visita ufficiale nella West coast statunitense, annunciò l'accordo con Google per portare, in tempi brevi, la connessione internet wi-fi in oltre 500 stazioni ferroviarie. Microsoft ha risposto con un'iniziativa altrettanto magniloquente, offrendo l'accesso a Internet a banda larga low-cost in oltre 500 mila villaggi. Il programma sfrutta il cosiddetto white space tra le frequenze di due emittenti televisive per mettere a disposizione l'accesso al web. Una sorta di super wi-fi. Dopo i test, è giunto il

momento della concreta attuazione, in collaborazione con il governo indiano. «La connettività a banda larga low-cost, accoppiata al cloud computing, contribuirà a guidare la creatività. L'efficienza e la produttività tra governi e aziende di tutte le dimensioni», ha pronosticato Satya Nadella, ceo di Microsoft, un indiano. Infatti la declinazione del progetto digitale governativo tocca settori molto diversi ma di grande impatto sul funzionamento della macchina pubblica e nel rapporto con i cittadini. Il Piano di e-governance prevede una miriade di iniziative volte a garantire servizi più funzionali, dal Portale delle pensioni all'e-Registration per la registrazione degli atti di proprietà, all'e-Cabinet che consentirà di monitorare l'agenda politica dei ministri. E ancora l'e-Kranti si occuperà di fornire servizi sociali ai cittadini attraverso l'e-Health, mentre l'e-Education porterà Internet nelle scuole, e non mancano i piani per gli agricoltori, la sicurezza e l'inclusione finanziaria. Un esempio di cooperazio-

Quanto crescerà l'India digitale



ne tra grandi gruppi privati e il governo indiano è l'applicazione creata da Intel per la diffusione delle competenze digitali in 5 dialetti indiani, che comprende moduli di digital literacy, inclusione finanziaria, assistenza sanitaria e igiene.

IL RUOLO DEGLI SMARTPHONE

Un punto fermo della strategia digitale del governo Modi è la diffusione di device low cost nelle fasce più povere della popolazione, che possa sfruttare la diffusione delle reti 3G e 4G. Due terzi dei telefoni

include un'identità espressa da un codice a 12 cifre e un chip integrato con i dati biometrici personali, comprese impronte digitali e scansione dell'iride. L'effetto è che sono stati aperti 250 milioni di nuovi conti correnti bancari, sono stati rilevati 120 milioni di nuovi utenti di gas, e al tempo stesso ha fatto un salto di qualità la lotta all'evasione fiscale e alla corruzione, due piaghe che indeboliscono il sistema India. Aadhaar, infatti, rende tracciabili i sussidi e i benefit elargibili ai cittadini più bisognosi, senza bisogno

di ricorrere all'intermediazione delle autorità governative statali e locali, che dimezzava o anche più la somma che arrivava al destinatario finale.

Il digital India avrà un ruolo cruciale nella crociata anti-corruzione intrapresa dal governo Modi. L'utilizzo eccessivo del contante è infatti uno dei sistemi di evasione delle imposte sul reddito più diffusi e il principale strumento di corruzione nelle pratiche amministrative. La banca centrale ha accertato nel marzo scorso che l'88% del volume totale dei pagamenti e circa il 94% del valore delle transazioni avviene con i contanti ritirati presso i Bancomat con carte di debito. La diffusione del digital payment, che secondo le stime di Boston Consulting Group riguarderà un ecosistema del valore di 500 miliardi di dollari nel 2020, potrebbe essere un toccasana. Per questo gli occhi sono puntati sul Fintech e sulla progettazione e fornitura di servizi finanziari su piattaforme digitali, dai portafogli mobili, al

In poco più di un anno oltre 1 miliardo di indiani, ha ricevuto una tessera che include un'identità espressa da un codice a 12 cifre e un chip con i dati biometrici

social lending, alle assicurazioni. Per le aziende che operano in questo ambito l'India, con il 40% della popolazione unbanked e l'87% dei pagamenti effettuati in contanti, rappresenta un eldorado sfruttabile a breve termine. Già entro la fine di quest'anno il 90% di tutti i device in circolazione avranno la possibilità di essere online mentre gli utenti Internet passeranno dai 400 milioni attuali ai 650 milioni entro il 2020. È guardando a questi numeri che in settembre uno dei maggiori provider globali di pagamenti online, PayU, ha concluso in India la più grossa operazione in contanti di M&A sul mercato fintech acquistando per 130 milioni di dollari Citrus Pay, una piattaforma di payment solution. Fra i sistemi

Testimonial/Giovanni Cogliati, Elemaster

COMPETERE CON I MICROCHIP

«Nei prossimi cinque anni l'India assumerà un peso sempre maggiore. La domanda è in fermento e gli investimenti in ambito ferroviario ed elettromedicale, nostri settori di riferimento, sono in costante crescita.» Giovanni



Cogliati, 26 anni, figlio di Gabriele, il fondatore di Elemaster, gruppo leader europeo nella produzione di schede elettroniche e di software, 185 miliardi di fatturato, ha deciso di raddoppiare gli sforzi sul mercato indiano, dove da settembre opera Elemaster India che coordina l'attività di due unità produttive, una a Chennai (mass production) e una a Bangalore (prototipi e sviluppo software).

Domanda: Essere sul territorio è un valore aggiunto?
Risposta: È una necessità e allo stesso tempo una grande opportunità. I nostri maggiori

Giovanni Cogliati

clienti multinazionali operanti nel settore ferroviario ci chiedono di supportarli nelle produzioni dedicate al mercato indiano direttamente in loco.

D. E l'opportunità?

R. Il governo indiano sta investendo molto in infrastrutture e innovazione, pertanto la domanda delle nostre competenze è in costante crescita.

D. Cosa vi sta offrendo il paese da un punto di vista della ricerca di soluzioni innovative?

R. Abbiamo trovato partner affidabili e dotati di know how tecnico in ambito elettronico adeguato alle nostre esigenze, oltre che competenze soft nell'ambito del project management. L'approccio dei nostri collaboratori indiani è molto dinamico e indipendente.

D. Quando siete arrivati in India?

R. Tre anni fa grazie alla partnership stipulata con il gruppo Avalon che opera nel nostro stesso ambito. Anziché competere abbiamo deciso di unire le forze in modo da poter proporre ai nostri clienti un footprint globale.

Testimonial/Giovanni Fontana, Miropass

TUPASSI, PER NON FARE CODE NEL CAOS

«Le città indiane sono caotiche, disorganizzate e tentacolari, gli spostamenti sono lenti, molti utenti arrivano nelle città dalle zone rurali, e la burocrazia è tentacolare.» Giovanni Fontana,

manager con esperienza pluridecennale nello sviluppo di sistemi informatici nella sanità, ha deciso che valeva la pena affrontare anche questo enorme problema facendo leva sulla piattaforma digitale di Miropass, la startup digitale che ha lanciato quattro anni fa in Italia. Miropass offre un servizio di welcoming di nome TuPassi, che mette in collegamento tutti coloro che necessitano di un appuntamento presso una struttura sanitaria, amministrativa, privata o istituzionale, e la struttura stessa che desidera gestire l'accoglienza in maniera ordinata e programmata. «La pianificazione oculata dei servizi e la capacità di TuPassi di accogliere anche le persone non abituate alla tecnologia, può costituire un elemento di svolta,



Giovanni Fontana ha lanciato TuPassi con la startup Miropass quattro anni fa

in India». Un consulente di business, Stefano Boldorini, ben inserito nell'ambiente di Bangalore sta organizzando lo sbarco sul mercato. «Miropass ha un modello di business molto elastico, sia B2B

che B2C, che può intermediare una struttura fino al cliente finale, oppure pianificare il servizio di welcoming lasciandolo poi in gestione alla struttura stessa», ha spiegato a MFI.

Miropass è stata creata da Fontana dopo aver letto una analisi dell'Istat secondo cui ogni italiano passa in media 192 ore della sua vita in coda. Così ha messo a punto un modello di agenda online e gestione dell'accoglienza che mette in contatto utente e fornitore di servizi per accorciare

i tempi di attesa. TuPassi è utilizzato attualmente con soddisfazione dal Comune di Roma, dal Gruppo ospedaliero San Donato, dall'Azienda Ospedaliera Provinciale di Lecco, dall'Asl di Empoli e ha gestito dalla nascita circa 5 milioni di appuntamenti.

Testimonial/ Nunzio Martinello, Noonic

A LEZIONE DI STARTUP NELLA SILICON INDIANA

Nunzio Martinello, classe 1989, padovano, il software ce l'ha nel sangue. Ha incominciato a sviluppare a 16 anni per hobby. Qualche anno dopo, mentre lavorava a i'm Watch, startup di Vicenza finanziata da Ennio Doris, ha avviato con Nicola Possagnolo, suo amico, e allora assistente progetti in Fabrica, il centro creativo di Benetton, i primi contatti con alcune realtà indiane per il supporto alla programmazione, intuendo le potenzialità di quel Paese come centro di sviluppo e come mercato potenziale. «In Italia i programmatori bravi sono pochi e difficili da assumere, mentre in India a prezzi più accessibili si trovavano ottimi collaboratori», ha raccontato. Nel 2012, grazie allo stimolo ricevuto dall'India nasce l'idea di aprire Noonic, un'agenzia di sviluppo software e marketing digitale, focalizzata sullo sviluppo di progetti innovativi, e in società entra come responsabile della parte tecnica Sebastiano Favaro,

amico dai tempi del liceo. A quel punto matura la mossa decisiva: trasferirsi in India. La prima destinazione è Trivandrum, nel Kerala, dove con il supporto dell'Ice e del ministero dello sviluppo economico Noonic apre la sede legale. «In poche settimane, in febbraio 2013, l'ufficio era pienamente operativo con i primi 5 dipendenti e nei 12 mesi successivi siamo cresciuti fino a 25 collaboratori», ha ricordato Martinello. Nel 2014 i tre soci decidono che è l'ora di riportare in patria il know-how acquisito in India e aprono le sedi di Noonic a Milano e Padova. Lo stesso anno spostano la sede indiana a Bangalore per avvicinarsi ancora di più all'ecosistema digitale e riuscire ad avere risorse sempre più qualificate. «L'India resta determinante per molti processi di sviluppo di respiro internazionale. Considero Bangalore un incubatore a cielo aperto», ha spiegato Martinello. Ad oggi Noonic ha lavorato con più di 30 startup, dieci delle quali fin da quando erano solo un'idea. Il 60% delle startup che ha supportato hanno poi ricevuto finanziamenti e tre di esse sono riuscite a diventare profitable senza investimenti esterni. Ora il business è concentrato sullo sviluppo di sistemi innovativi per l'e-commerce e lo sviluppo di una piattaforma focalizzata sull'automazione dei processi di marketing.



Da sinistra:
Sebastiano Favaro,
Nunzio Martinello e
Nicola Possagnolo

di pagamento digitali di marca governativa, il più noto è il progetto Bharat Bill Payment System (Bbps) che fornirà un sistema integrato e intercambiabile per effettuare i pagamenti di servizi di utilità quotidiana, l'elettricità, acqua, gas, telefono che potranno avvenire direttamente da casa, online e attraverso punti di raccolta. L'81% degli utenti digitali ha manifestato un ampio gradimento per il Bharat Payment e per mobile wallet, ovvero i depositi gestiti tramite app telefoniche. «Il sistema dei pagamenti digitali ha completamente saltato l'uso della carta di credito e del sistema Pos per i pagamenti in remoto», ha spiegato Giada Bono responsabile di Banca Sella Chennai Branch. Una delle storie di maggiore successo in questo settore è quella di QuikWallet che offre soluzioni di pagamento via mobile soprattutto per food & beverage all'insegna dello slogan «Life's too short to wait for the bill».

LA PARTITA DELL'E-COMMERCE

Sempre più connessi e abilitati ai pagamenti digitali, i consumatori indiani sono diventati anche per il segmento e-commerce un target prelibato. Una delle battaglie più agguerrite per il futuro online dell'India è quella in corso per assicurarsi di una quota di mercato dell'1,3 miliardi di consumatori del futuro. I flussi di vendita online sono ancora piccoli, 16 miliardi di dollari nel 2015, soprattutto se confrontati con la Cina dove lo stesso mercato vale 310 miliardi, ma il ritmo di crescita è il più rapido al mondo: entro il 2020, secondo Morgan Stanley, il mercato retail online potrebbe aumentare di sette volte, superando i 100 miliardi. Per questo Jeff Bezos, fondatore e numero uno di Amazon, vuole fare del subcontinente il suo secondo mercato dopo gli Stati Uniti, e sta sostenendo i suoi piani con miliardi di dollari di investimenti. I suoi avversari sono le piattaforme loca-

li Flipkart, che ha il 45% del mercato, e Snapdeal, con il 26%, società indiane finanziate da alcuni dei più altisonanti nomi del tech globale, tra i quali Alibaba. La lotta di queste società per ottenere qualche quota di mercato in più è febbrile, con investimenti sulla logistica e sconti per attirare i consumatori digitali che incidono non poco sui loro bilanci. Ma l'e-commerce indiano ha un grande potenziale che va oltre la convenienza dei prezzi e le sven-dite online. In primo luogo può accelerare lo sviluppo dei servizi finanziari. La Cina in questo ha fatto scuola con Alipay, la piattaforma dei pagamenti di Alibaba, che è riuscito a superare la diffidenza fra compratori e venditori permettendo ai consumatori di trattene-re il proprio denaro fino al ricevimento della merce e alla constatazione della sua integrità. Oggi il servizio Alipay è gestito da un'affiliate, Ant Financial, che conta 400 milioni di conti deposito che permettono ai consumatori non solo di effettuare pagamenti online ma anche di pagare servizi e trasferire denaro. In India sta già avvenendo qualcosa di si-

Digital India

OBIETTIVI 2020

- Connessione a banda larga per 250 mila amministrazioni comunali, collegamento alla rete mobile per 42.311 località, non ancora integrate alla rete.
- Produzione in loco entro il 2020 di tutti i prodotti, apparecchiature, strumenti, device necessari per l'attuazione di Digital India.
- Costruzione di cinque cluster di produzione.
- Realizzazione di due impianti di produzione per semiconduttori, e centri di formazione per l'istruzione di circa 400 mila persone nei settori dell'ict e elettronica.
- E-Kranti: programma per l'istituzione di servizi pubblici accessibili elettronicamente nella sanità, formazione, sicurezza, giustizia, banking e informazione.
- E-Healthcare: sottoprogramma per l'istituzione di servizi specifici nella sanità, consulti online o fascicoli contenenti informazioni sui pazienti.



Il logo della campagna del governo per fornire l'identità digitale a tutti gli indiani. Aadhaar significa sostegno

mile con Paytm, il più grande provider di servizi di digital wallet, anch'esso finanziato da Ant Financial, che oggi conta al suo attivo 120 milioni di conti deposito, 6 volte il numero delle carte di credito in circolazione in India. Queste società fra l'altro offrono anche il fondamentale vantaggio di concedere prestiti alle piccole imprese che altrimenti non saprebbero come crescere. Amazon India ha già annunciato questo tipo di servizio e Snapdeal in partnership con Bank of

continua a pagina 89

E-india - da pag. 43

India aprirà una linea di credito rivolta al micro-credito.

In secondo luogo le potenzialità dell'e-commerce offrono alle aziende l'enorme opportunità di superare il gap infrastrutturale del paese e il problema geografico delle distanze. La terza grande scommessa per l'e-commerce è il superamento della strozzatura nel retail, dove centri commerciali e catene di negozi rappresentano solo un decimo delle vendite al dettaglio totali. Già oggi gli acquisti su Flipkart, Snapdeal e Amazon superano quelle dei dieci più grandi rivenditori off-line del paese e, soprattutto, hanno l'occhio rivolto alle generazioni future, considerando che due terzi della popolazione indiana hanno meno di 35 anni. Per questa schiera di giovani armata di smartphone, l'esperienza di shopping sarà probabilmente molto diversa da quella cercata dai loro genitori. E a loro principalmente si rivolge JustDial, un'altra realtà di successo cresciuta grazie agli investimenti esteri. Il sito web mostra ai consumatori il posto più conveniente dove acquistare diversi prodotti che possono essere consegnati entro qualche ora, uno standard di servizio da far invidia alla maggior parte dei paesi sviluppati. Fra l'altro JustDial, come molte altre società simili, si avvalgono di una logistica che necessita di migliaia di persone per rendere possibili i servizi di consegna offerti, creando un forte indotto di posti di lavoro. È la conferma diretta che alla base di digital India vi è la volontà di affrontare in modo dinamico il problema del lavoro. Nei prossimi 10 anni arriveranno sul mercato del lavoro indiano 100 milioni di nuovi laureati, circa 1 milione al mese. L'urgenza di attivare possibilità di impiego è evidente e incalzante. Il settore It impiega attualmente circa 10 milioni di lavoratori e l'industria nazionale sta guidando la trasformazione economica del paese anche nella sfera dell'economia globale. La competitività dei costi nella fornitura di servizi It è di circa 3-4 volte superiore agli Stati Uniti. L'Ict ha avuto un forte impatto nel settore dell'istruzione creando una notevole domanda in particolare rivolta alle specializzazioni in ingegneria e informatica. E dagli studi di settore emerge che l'India si attesta come il quarto più grande hub di nuove imprese nel mondo, con la presenza di oltre 3.100 startup tecnologiche mentre Goldman Sachs ha rilevato che i principali datori di lavoro nei campus universitari indiani sono startup.