



PARP
Grupa PFR



Centrum
Rozwoju MŚP

WEJŚCIE NA RYNEK INDYJSKI

Jak to zrobić?
Dlaczego teraz?

[LINK DO NAGRANIA](#)

8 września 2026 r.

Dr hab. Adam Burakowski
Prof. ISP PAN, b. Ambasador RP
w Nowym Delhi

Webinarium zostało zrealizowane w ramach ośrodka
Enterprise Europe Network działającego przy
Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości

www.een.org.pl

Plan prezentacji:

1. Skala możliwości (wielkość rynku, demografia, partnerstwo strategiczne).
2. Dlaczego właśnie teraz? (FTA UE–Indie, klasa średnia, reformy, geopolityka).
3. Największe szanse dla polskich firm (maszyny, green tech, chemia, żywność, IT).
4. Jak wejść na rynek – przewodnik (formy wejścia, prawo, logistyka, kultura biznesowa).
5. Wyzwania i jak je pokonać (biurokracja, kultura, ceny, infrastruktura).

[Powrót do agendy](#)

Skala możliwości

Trzecia potęga świata?
Najszybciej rosnąca duża gospodarka

Indie w liczbach – dlaczego ten rynek ma znaczenie

- 4. miejsce na świecie według PKB (~4,15 bln USD)
- 6,5% wzrost PKB - najszybszy wśród dużych (prognoza 2026)
- 1,45 mld ludności - największa demokracja (2026)
- ~450 mln - klasa średnia do 2030 (siła napędowa konsumpcji)

Zróżnicowany rynek + strategiczne partnerstwo z Polską

Siła nabywcza – trzy warstwy:

1. Premium & Upper Middle i klasa średnia – 423 mln

Rosnące zapotrzebowanie na jakość, marki europejskie, green tech, farmaceutyki i maszyny wysokiej klasy.

2. Aspirujący – 730 mln

- Główny motor wzrostu.
- Wrażliwość cenowa + rosnące aspiracje.
- Szansa dla produktów „value for money”.

3. Rynek masowy i średnie miejscowości

Ogromna skala, ale wymaga lokalizacji oferty, dystrybucji i partnerów.

Największy potencjał długoterminowy.

Zróżnicowany rynek + strategiczne partnerstwo z Polską

Polska–Indie od 2024 r.

1. Wizyta premiera Modiego w Warszawie (2024) podniosła relacje do poziomu partnerstwa strategicznego.
2. Action Plan 2024–2028 obejmuje m.in.:
 - obronność i bezpieczeństwo,
 - handel i inwestycje,
 - energię i green tech,
 - farmę i agritech,
 - infrastrukturę i IT.

[Powrót do agendy](#)

Dlaczego właśnie teraz?

Unikalne okno strategiczne otwiera się w latach 2026–2028

Cztery równoległe siły napędowe

1. Umowa o wolnym handlu UE–Indie.

Negocjacje zakończone w styczniu 2026. Legal scrubbing ukończony. Podpisanie planowane do końca 2026, wejście w życie – początek 2027. 93% indyjskich eksportów bez cła do UE.

2. Reformy gospodarcze i ułatwienia FDI.

Programy: Production Linked Incentives, Make in India, dalsza liberalizacja FDI, usprawnienia proceduralne. Indie konsekwentnie budują bazę produkcyjną i przyciągają kapitał.

3. Demografia i rosnąca klasa średnia

Indie mają największą populację młodych ludzi na świecie. Klasa średnia rośnie w tempie ~6%. Do 2030–35 Indie mogą wyprzedzić Chiny pod względem absolutnej liczby osób z klasy średniej.

4. Geopolityka i dywersyfikacja łańcuchów

Zachód szuka alternatyw dla Chin. Indie pozycjonują się jako wiarygodny partner. Polska – dzięki UE i partnerstwu strategicznemu – ma naturalną przewagę.

Umowa o wolnym handlu UE–Indie – historyczna szansa

1. Harmonogram:

- Styczeń 2026 - zakończenie negocjacji.
- Sierpień 2026 - legal scrubbing ukończony.
- Koniec 2026 - planowane podpisanie.
- Q1 2027 - wejście w życie.

2. Co to znaczy dla polskich firm

- Niższe cła - znaczne obniżenie lub eliminacja ceł na kluczowe produkty eksportowe UE/PL do Indii oraz odwrotnie.
- Uproszczenie procedur - łatwiejszy dostęp do rynku, przewidywalność regulacyjna i lepsza ochrona inwestycji.
- Pierwszeństwo - firmy, które zaczną przygotowania już teraz, będą miały przewagę w momencie wejścia umowy w życie.
- Skala rynku - UE i Indie to łącznie ~25% globalnego PKB. Umowa otwiera jeden z największych rynków świata.

[Powrót do agendy](#)

Największe szanse dla polskich firm

Pięć sektorów o najwyższym potencjale synergii

Sektory o najwyższym potencjale

1. Maszyny i urządzenia przemysłowe:

- Maszyny górnicze, budowlane.
- Automatyka i robotyka.
- Komponenty dla automotive.
- Sprzęt dla przetwórstwa.

2. Energia odnawialna i green tech

- Technologie OZE i magazyny.
- Efektywność energetyczna.
- Waste-to-energy.
- Rozwiązania wodne.

3. Chemia, farmacja, kosmetyki

- Farmaceutyki i API.
- Specjalistyczna chemia.
- Kosmetyki premium.
- Higiena i medyczne.

4. Żywność i przetwórstwo spożywcze

- Jabłka i produkty owocowe.
- Mleczne i mięsne.
- Technologie przetwórstwa.
- Opakowania spożywcze.

5. IT i technologie

- Oprogramowanie B2B.
- Cyberbezpieczeństwo.
- AI / data / cloud.
- Fintech i e-commerce tools.

[Powrót do agendy](#)

Jak wejść na rynek

Od badania rynku do pierwszej sprzedaży

Pięć kluczowych etapów wejścia

1. Badanie rynku i dostosowanie oferty → segmentacja, konkurencja, lokalne standardy, certyfikacje, cennik i pozycjonowanie.
2. Wybór formy wejścia → eksport pośredni/bezpośredni, dystrybutor, joint venture, własna spółka (WOS).
3. Aspekty prawne i rejestracja → rejestracja firmy, GST, licencje branżowe, umowy, ochrona IP, compliance.
4. Logistyka i łańcuch dostaw → porty, magazyny, dystrybucja krajowa, cła, dokumenty, lokalni partnerzy logistyczni.
5. Kultura biznesowa i negocjacje → relacje, hierarchia, czas, zaufanie, styl komunikacji, długoterminowe partnerstwo.

Indie to nie jeden rynek, lecz wiele rynków regionalnych. To, co działa w Maharasztrze, niekoniecznie zadziała w Tamil Nadu, czy na północy. Lokalny partner lub doradca to niemal zawsze warunek sukcesu. A praktycznie – zawsze.

Formy wejścia na rynek – porównanie

Eksport + dystrybutor	Joint Venture	Własna spółka (WOS)
Zalety		
- Niskie koszty wejścia. - Szybki start. - Lokalna wiedza partnera.	- Dostęp do sieci i know-how. - Podział ryzyka. - Lokalna legitymizacja.	- Pełna kontrola. - Budowa marki. - Długoterminowa wartość.
Wyzwania		
- Mniejsza kontrola. - Marże dzielone. - Ryzyko zależności.	- Współwłasność. - Negocjacje złożone. - Możliwe konflikty.	- Wyższe koszty. - Dłuższy czas. - Większe ryzyko.
Dobre na start	Gdy potrzebna lokalizacja	Dla poważnych graczy

Prawo, logistyka i kultura biznesowa – na co zwrócić uwagę

ASPEKTY PRAWNE	LOGISTYKA	KULTURA BIZNESOWA
• Rejestracja spółki (Private Limited / LLP). • GST – kluczowy podatek pośredni. • Licencje branżowe i importowe. • Ochrona własności intelektualnej. • Umowy dystrybucyjne i JV. • Antykorupcja.	• Główne porty. • Korytarze transportowe i inland logistics. • Magazyny. • Dokumentacja celna i procedury. • Czas dostawy i koszty. • Lokalne standardy jakości i pakowania.	• Relacje > transakcje (długi horyzont). • Hierarchia i szacunek dla seniorów. • Czas bywa elastyczny – cierpliwość. • Negocjacje – często wieloetapowe. • Zaufanie buduje się latami.

[Powrót do agendy](#)

Największe wyzwania i jak je pokonać

Realistyczne podejście zamiast różowych okularów

Cztery główne bariery – i sprawdzone sposoby ich obejścia

Wyzwania	
Biurokracja i regulacje	• Lokalny doradca prawny + partner z doświadczeniem. • Korzystanie z programów PAIH, ambasady i izb handlowych. • Cierpliwość i systematyczność.
Różnice kulturowe	• Inwestycja w relacje przed transakcjami. • Szkolenie zespołu z kultury indyjskiej. • Lokalny menedżer lub doradca kulturowy.
Wrażliwość cenowa + konkurencja lokalna	• Lokalizacja produktu i cennika. • Budowanie marki premium tam, gdzie jest na to miejsce.
Infrastruktura i logistyka	• Wybór regionów z lepszą infrastrukturą (Gujarat, Maharashtra, Tamil Nadu). • Partnerstwo z doświadczonymi partnerami. • Planowanie zapasów z zapasem czasu.

Kluczowe lekcje z sukcesów i porażek

1. Lokalny partner to nie opcja – to konieczność.

Niemal wszystkie udane wejścia opierały się na silnym lokalnym partnerze lub własnym zespole indyjskim z doświadczeniem.

2. Cierpliwość strategiczna.

Budowanie pozycji zajmuje 3–7 lat. Firmy, które oczekiwały szybkiego zwrotu, często się wycofywały.

3. Jakość + lokalizacja oferty.

Europejska jakość jest atutem, ale musi być dostosowana do lokalnych standardów, cen i oczekiwań.

4. Relacje i zaufanie ponad wszystko.

W Indiach biznes robi się z ludźmi, których się zna i którym się ufa. Inwestycja w relacje zwraca się wielokrotnie.

5. Indie to nie jeden rynek.

Różnice regionalne (język, kultura, siła nabywcza, regulacje stanowe) są ogromne. **Partnerem dla Polski jest stan,** a nie państwo.

6. Wsparcie instytucjonalne.

PAIH, ambasada, izby handlowe, programy UE – to realne narzędzia, nie tylko wizytówki.

Najważniejsze wnioski

1. Indie to już prawie trzecia gospodarka świata i najszybciej rosnąca duża gospodarka – okno strategiczne jest otwarte teraz.
2. Umowa UE–Indie (podpisanie 2026 / wejście w życie 2027) zmieni reguły gry. Firmy, które zaczną przygotowania dziś, będą miały przewagę.
3. Pięć sektorów daje polskim firmom największą szansę: maszyny, green tech, chemia/farmacja, żywność, IT.
4. Wejście wymaga lokalnego partnera, cierpliwości (3–7 lat) i dostosowania oferty.
5. Wyzwania są realne (biurokracja, kultura, ceny), ale da się je pokonać – potwierdzają to sukcesy TZMO, Can-Pack i innych.
6. Partnerstwo strategiczne Polska–Indie + Action Plan 2024–2028 to konkretne ramy instytucjonalne, z których warto korzystać.



PARP
Grupa PFR



Centrum
Rozwoju MŚP

Webinarium zostało zrealizowane przez ośrodek Enterprise Europe Network działający przy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości – **www.een.org.pl**

Dr hab. Adam Burakowski, prof. ISP PAN
[LinkedIn](#)

[Powrót do agendy](#)