

NOTE D'ÉCLAIRAGE - Juin 2026

[Scénarios] Inde : les défis d'une classe moyenne à deux vitesses



Cette note s'inscrit dans la série des travaux internationaux de l'Institut Montaigne proposant une réflexion par scénario, sur la base d'analyses académiques et d'échanges approfondis de terrain. Elle ne cherche pas tant à formuler des conclusions définitives qu'à mettre en lumière des évolutions et des tendances structurantes, dont la compréhension permettra d'éclairer les décisions stratégiques de long terme. L'Institut Montaigne, engagé depuis 2019 dans un dialogue régulier avec le gouvernement indien, les acteurs économiques et les instituts de réflexion du pays, s'intéresse ainsi à l'approfondissement d'une relation appelée à jouer un rôle stratégique croissant.

À la fois boussole pour un meilleur ciblage marketing qui fixe le Sud comme géographie de croissance et outil de planification à 10 ans dans le cadre du futur traité UE-Inde, cette note permet d'entrevoir de nouvelles stratégies de présence en Inde pour les acteurs économiques dans la finesse des spécificités régionales indiennes et des évolutions de la consommation d'une classe moyenne de 150 millions de personnes.

Deux questions sont ici examinées, que nous pensons structurantes pour les relations économiques entre l'Europe et l'Inde au cours des vingt prochaines années : quelle est la réalité de la classe moyenne indienne aujourd'hui, et quelles dynamiques façonneront son évolution ? Dans quelle mesure l'accord de libre-échange entre l'UE et l'Inde est-il susceptible de créer de nouvelles opportunités de croissance pour les entreprises européennes sur le marché indien ?

À l'heure où l'alliance transatlantique traverse de profondes difficultés et où la confrontation avec la Chine s'intensifie sur les plans économique et stratégique, le développement d'un partenariat fiable avec l'Inde apparaît une donnée majeure de la politique étrangère française et européenne.

Marie-Pierre de Bailliencourt,
Directrice générale de l'Institut Montaigne

Les estimations actuelles situent la classe moyenne indienne autour de 140 millions de consommateurs potentiels. Fait remarquable, cette estimation est sensiblement identique à celle avancée quinze ans auparavant. Dans le même temps, la population indienne a augmenté d'environ quatorze millions d'habitants par an. Cette apparente stagnation de la classe moyenne soulève plusieurs interrogations : dans quelle mesure la transformation économique de l'Inde a-t-elle été inclusive ? La forte croissance du pays s'est-elle réellement traduite par un élargissement de la prospérité des classes moyennes ? Comment expliquer cette stagnation apparente et quelles en sont les conséquences pour les partenaires économiques de l'Inde qui cherchent aujourd'hui à renforcer leurs liens avec ce pays ?

L'émergence d'une classe moyenne importante est généralement considérée comme à la fois un indicateur et un moteur du succès économique des pays émergents. Au-delà de l'amélioration du niveau de vie qu'elle reflète, cette catégorie sociale soutient le développement économique en fournissant une main-d'œuvre qualifiée, un vivier entrepreneurial dynamique et un vaste marché de consommation capable d'attirer les investissements. L'Inde semblait s'engager dans cette trajectoire à la suite des réformes de libéralisation économique des années 1990. L'ouverture de l'économie a favorisé une hausse significative des investissements nationaux et étrangers ainsi que l'essor de nouvelles catégories professionnelles, allant des cadres du secteur privé aux ingénieurs des technologies de l'information. À l'aube des années 2010, ces dynamiques avaient déjà permis l'émergence d'une classe moyenne estimée entre 120 et 140 millions de personnes.

Cette classe moyenne a toutefois été profondément affectée par une croissance dite « en K », qui a accentué les écarts entre les 10 % d'Indiens les plus riches et les 50 % les plus modestes, à des niveaux inédits depuis l'époque coloniale. D'un côté, les classes moyennes inférieures se sont appauvries sous l'effet conjugué de la démonétisation de 2016, de la pandémie de Covid-19, du chômage structurel et d'une inflation persistante qui pèse sur les revenus. Leur pouvoir d'achat s'est tellement dégradé qu'elles ne constituent plus, aux yeux

de nombreuses entreprises étrangères, un véritable marché de consommation. De l'autre côté, les classes moyennes supérieures se sont considérablement enrichies, formant désormais une population de consommateurs aisés qui représente toujours environ 140 millions de personnes.

Cette divergence apparaît clairement à travers deux indicateurs statistiques. Premièrement, le chômage des jeunes diplômés urbains atteint des niveaux record : 37 % des titulaires d'une licence ou d'un master sont actuellement à la recherche d'un emploi. Deuxièmement, le secteur des technologies de l'information, qui a constitué l'un des principaux moteurs de la croissance indienne entre la fin du XX^e siècle et le début du XXI^e siècle et a largement contribué à l'essor de la classe moyenne, traverse une période difficile. De grands groupes comme TCS, Infosys ou Wipro ont non seulement fortement ralenti les augmentations salariales et les recrutements, mais ont également procédé à des suppressions de postes au cours de la première moitié des années 2020. Ce ralentissement s'explique en partie par l'essor de l'intelligence artificielle (IA), désormais capable d'assurer certaines tâches auparavant réservées aux travailleurs qualifiés. Toutefois, l'impact réel de l'IA sur l'emploi demeure incertain, et l'année 2026 laisse entrevoir des perspectives plus favorables. Le secteur indien des technologies de l'information devrait notamment bénéficier du développement des *Global Capability Centers* et des centres de données. Néanmoins, seuls les ingénieurs les plus qualifiés semblent en mesure d'en tirer pleinement profit, ce qui risque d'accentuer davantage l'écart entre une élite prospère et une classe moyenne inférieure en difficulté.

CONSÉQUENCES POUR L'EUROPE

Pour les entreprises européennes souhaitant s'implanter sur le marché indien, ces évolutions les incitent à cibler prioritairement les segments de consommation haut de gamme. À titre d'exemple, la part des SUV dans les ventes automobiles est passée de 17 % en 2016 à 65 % en 2025, alors même que ces véhicules

sont de 15 à 20 % plus chers que les berlines. Toutefois, si l'Inde compte environ 140 millions de consommateurs capables d'acquérir ce type de produits, ceux-ci sont dispersés sur un territoire aussi vaste que l'Union européenne. Les études de marché doivent donc tenir compte des fortes disparités régionales de revenus. Les États du sud et de l'ouest du pays affichent aujourd'hui des revenus par habitant trois à cinq fois supérieurs à ceux des États du nord. Cette cartographie économique doit également être complétée par une analyse de l'urbanisation. Dans un pays encore majoritairement rural, les grandes métropoles constituent des marchés incontournables, mais elles ne sont pas les seules. Au-delà de Delhi, Mumbai ou Bangalore, des villes de plus de cinq millions d'habitants telles qu'Hyderabad, Chennai, Jaipur ou Ahmedabad concentrent elles aussi une importante clientèle potentielle.

Pour accéder à ces marchés, les entreprises européennes disposent aujourd'hui de plusieurs stratégies commerciales selon la nature de leurs produits. Elles peuvent s'appuyer sur les centres commerciaux, largement implantés dans le pays, ou, pour les produits de luxe, sur les galeries marchandes des hôtels cinq étoiles. Elles peuvent également développer leurs propres réseaux de concessionnaires ou ouvrir des boutiques monomarkes. Pour les produits de petite taille, le commerce électronique, en pleine expansion, constitue une autre voie d'accès particulièrement prometteuse.

Par ailleurs, les entreprises européennes doivent dès à présent se préparer à l'entrée en vigueur de l'accord de libre-échange entre l'Union européenne et l'Inde, dont plusieurs dispositions ont été rendues publiques lors de la visite d'Ursula von der Leyen à New Delhi en janvier 2026. Sa signature est attendue dans les prochains mois.

Dans le secteur automobile, les droits de douane appliqués aux véhicules européens devraient passer de 110 % à 10 %. Cette réduction sera toutefois progressive, sur une période de cinq à dix ans, et les importations seront plafonnées à 250 000 véhicules par an. Dans l'aéronautique, les droits de douane, actuellement d'environ 11 %, devraient être entièrement supprimés. Une évolution comparable est prévue pour les machines-outils et les équipements électriques, dont les droits de douane, actuellement proches de 44 %, seront éliminés dans un délai de dix ans. Les produits sidérurgiques et chimiques européens bénéficieront également d'une réduction tarifaire sur la même période, bien que d'une ampleur plus limitée, alors qu'ils étaient jusqu'ici soumis à des droits moyens de 22 %. Enfin, les exportations de vins et spiritueux, actuellement frappées par des droits de douane avoisinant 150 %, devraient voir ces derniers ramenés à 75 % dans un délai de dix ans, puis à 40 % par la suite.

Si l'accord de libre-échange devrait être finalisé au cours de l'année 2026, un nouveau chantier s'ouvrira parallèlement avec la reprise des négociations sur un accord de protection des investissements (*Investment Protection Agreement – IPA*). Cette évolution témoigne de la volonté politique de Bruxelles et de New Delhi de renforcer leur rapprochement économique.

Pour les gouvernements européen et indien, ce rapprochement apparaît comme un moyen nécessaire d'accroître leur autonomie stratégique face à l'influence dominante des États-Unis et de la Chine. Reste à savoir si les entreprises privées des deux côtés partageront cette vision. Leur mobilisation dépendra notamment des opportunités concrètes que ces nouveaux débouchés commerciaux offriront, ou non, dans les années à venir.