

MERCATI ESTERI: SCENARI E POSIZIONAMENTO DELLE IMPRESE DELL'AREA MILANESE



FOCUS INDIA

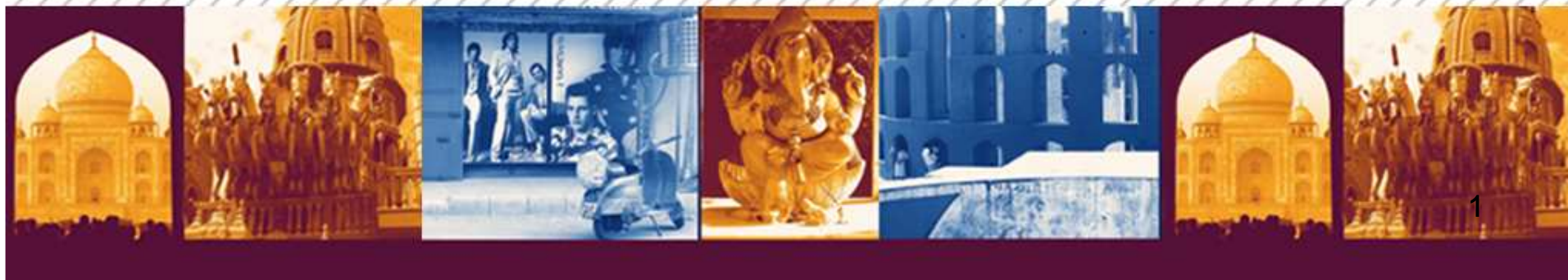
Alessandro Fichera - Octagona

Milano, 19 marzo 2013



ASSOLOMBARDA

Copyright © 2012 Assolombarda



**“Ricorda che dietro ogni India che vedi
c’è un’altra India che non vedi”**

Ashok Vajpeyi

India: situazione economica attuale

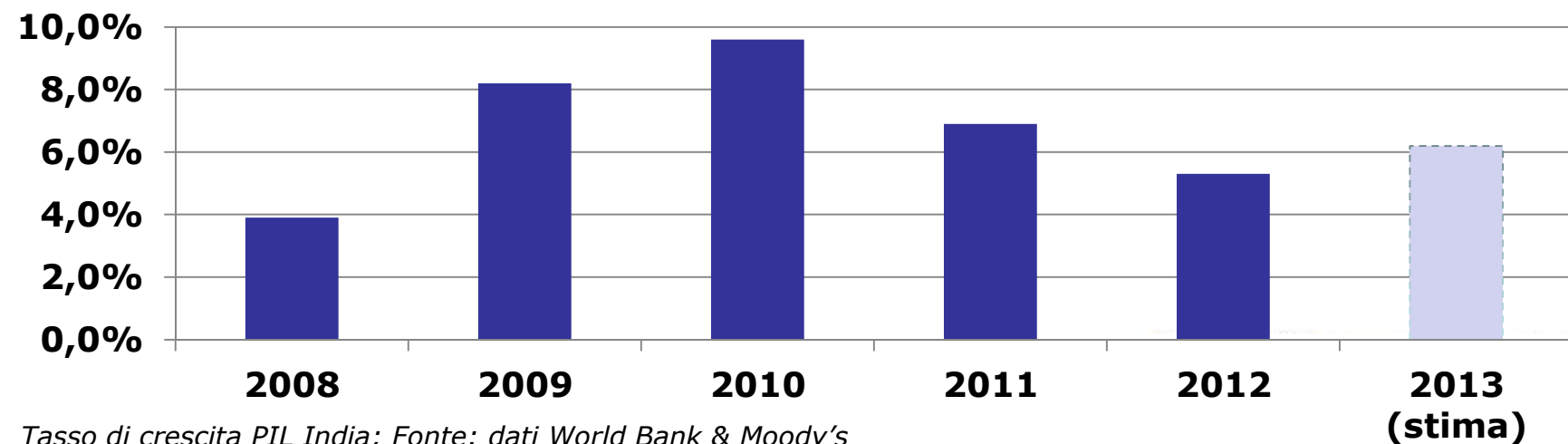
■ Nel **2012**, il **tasso di crescita Indiano** (PIL) si è attestato intorno al **5,3%** rispetto al **6,9%** del 2011 e al **9,6%** del 2010*

Il rallentamento è stato generato da:

■ La **crisi dell'Eurozona** e la **debolezza dell'economia USA**

■ L'attuale **situazione politica** che ha testimoniato una **situazione di immobilismo tra le due principali coalizioni**, in attesa delle elezioni del 2014

**Fonte: dati World Bank*



Tasso di crescita PIL India; Fonte: dati World Bank & Moody's

India: situazione politica attuale

- La **coalizione di centro sinistra** United Progressive Alliance (**UPA**) è **al potere dal 2004**: il partito principale è il Congress di Sonia Gandhi
- **Problemi** come elevata inflazione, corruzione, contesto burocratico complesso e povertà **hanno ridotto la popolarità del governo**
- Recentemente si è assistito ad un **rimpasto di governo**: si è avuta una maggiore **spinta verso** le **riforme impopolari** attese, ma l'UPA ha perso alcuni alleati di governo



India: previsioni a breve-medio termine

- Tuttavia, secondo alcuni analisti la **fase di rallentamento economico** dovrebbe essere **cessata**:
- l'**introduzione** di alcune **recenti riforme** (es. multi-brand retail) contribuirà al rilancio
- la **previsione di crescita** del PIL Indiano, secondo Moody's, è stimata al **6.2%** per il **2013**.
- alcune stime prevedono per l'**agricoltura** una **crescita** intorno al **2-4%** e per l'**industria** sotto il **6%**
- ad **Aprile 2013** potrebbe essere varato un **accordo di libero scambio** tra l'**Unione Europea e l'India**.
- le **elezioni del 2014** potrebbero contribuire ad **ulteriori spinte riformiste**



India: le riforme

■ ■ Proprio a causa della fase di relativo stallo dell'economia, il Governo ha adottato **politiche volte ad attrarre investimenti** sia stranieri che domestici

■ ■ Particolare rilevanza in questi ultimi mesi stanno assumendo gli **Investimenti Diretti Esteri (IDE) nel mercato retail**

■ ■ Da settembre 2012 diviene effettiva la **nuova legge sul retail multi brand**



India: le riforme

- Il governo indiano ha infatti deciso di aprire le porte ai **colossi globali multimarca** nel mercato indiano, permettendo **investimenti fino al 51%** nel **multi brand retail**
- La riforma è in grado di attrarre investimenti fino a **3 miliardi di USD nei prossimi due anni**
- Gli IDE nel settore della vendita al dettaglio sono in grado di **generare ben 10 milioni di posti di lavoro in un arco di 10 anni**, diventando così il più grande settore organizzato in termini di occupazione
- Tra gli effetti della riforma: **un maggiore controllo dell'inflazione**, meno sprechi e **maggiore trasformazione** di frutta, verdura, prodotti lattiero-caseari e carne



India: le riforme

HUFF
POST BUSINESS

Walmart In India: Retailer The First M Country

AP | By ERIKA KINETZ

Posted: 09/21/2012 10:41 am Updated: 09/21/2012 2:43 pm

MUMBAI, India (AP) — Wal-Mart plans to open retail outlets in India in the next 12 months, the first multinational to jump on the government's decision to open the country's huge retail market.

Raj Jain, the managing director of Bharti Wal-Mart, a joint venture that operates in India, confirmed by email that Wal-Mart plans to open stores that serve consumers over the country.

India announced last week that it would allow foreign firms to take a majority stake in retail. The decision cheered investors but cost the ruling Congress Party an important coalition partner.

New Delhi first tried to enact the measure last year, but backed down in the face of opposition. Its credibility with global investors. Prior to the reversal, foreign retailers like Wal-Mart



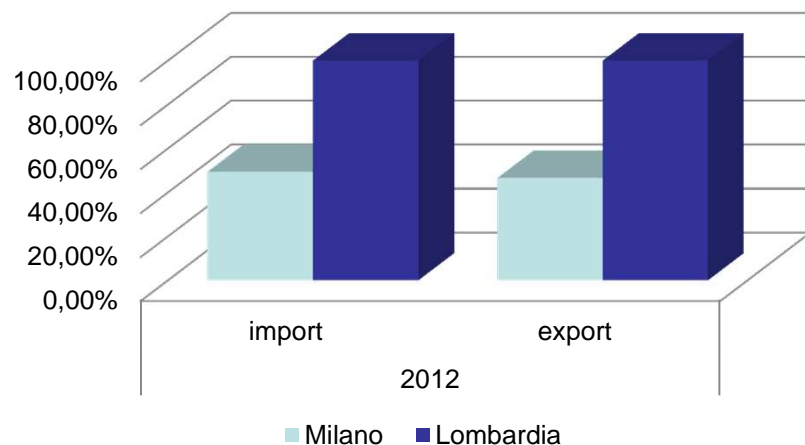
L'India e la Lombardia

- L'**interscambio** tra India e Lombardia nei primi **sei mesi del 2012** ha raggiunto la considerevole cifra di **1.2 miliardi di Euro**
- Va tuttavia considerato che **l'export lombardo** nel periodo in questione ha sperimentato un **calo del 3%** rispetto allo stesso semestre del 2011
- La **Lombardia** rappresenta circa **un terzo dell'interscambio nazionale** con il Subcontinente
- Il **numero stimato di aziende lombarde** presenti in India è di circa 74; quelle milanesi nel 2009 erano 36, oggi sono 58



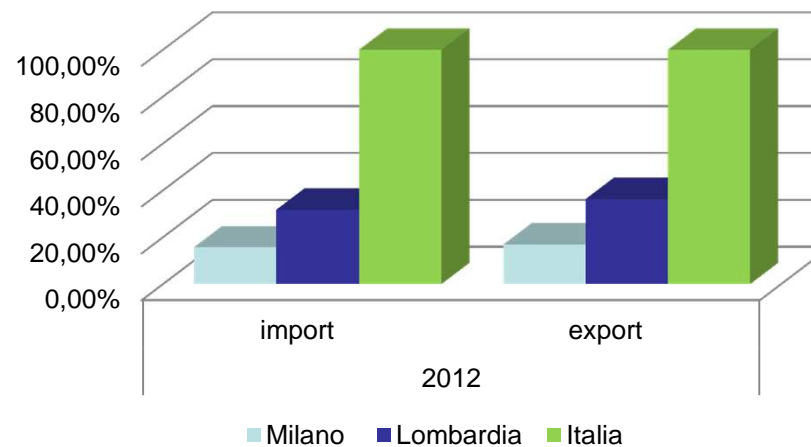
L'India e la Lombardia

Milano vs. Lombardia su India



Milano rappresenta il 46,6% delle esportazioni lombarde in India.

Milano vs. Italia su India



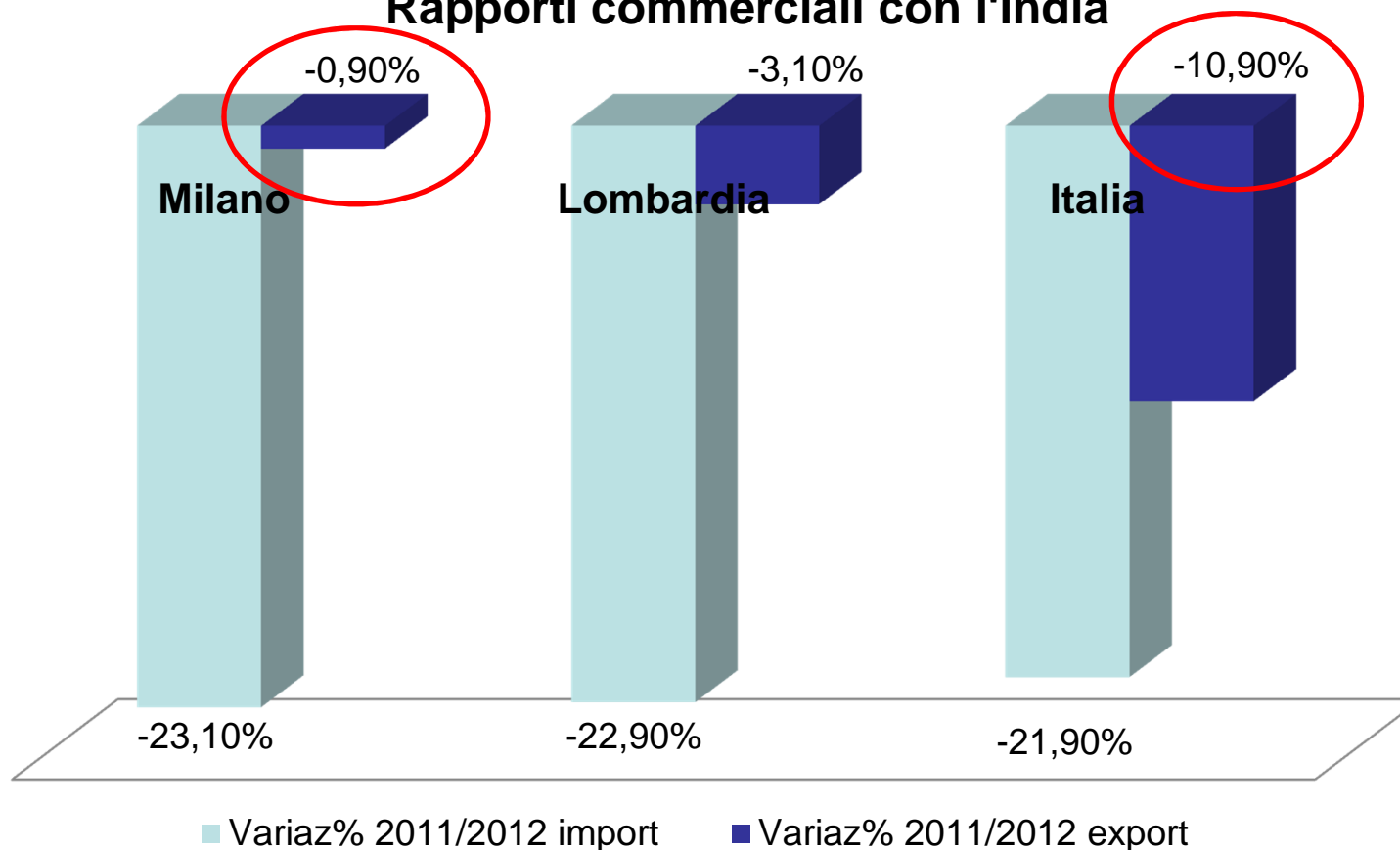
Milano rappresenta il 16,9% delle esportazioni Italiane in India.

Fonte: dati Istat, rielaborazione OCTAGONA



L'India e la Lombardia

Rapporti commerciali con l'India



Fonte: dati Istat, rielaborazione OCTAGONA



Modalità di approccio con l'India

- Attuare un **processo di internazionalizzazione** nei confronti di una economia emergente come l'**India**, rappresenta una delle **chiavi di volta** per il successo delle **PMI italiane**



- Le aziende devono comprendere che nel difficile contesto economico odierno, l'unica soluzione è spostare il campo d'azione su **nuovi terreni di competizione con modalità efficaci ed innovative**
- Quindi oggi **internazionalizzare in India** non è più una opzione ma una **necessità**



Modalità di approccio con l'India

Vi sono diverse modalità di accesso e approcci operativi al mercato indiano, **a seconda dell'obiettivo** dell'azienda:

Analisi Strategica

Obiettivo di BREVE TERMINE:

-  progetti di internazionalizzazione
-  trasferimenti di tecnologia o di know-how
-  commercializzazione (ma no alla vendita stand-alone)

Obiettivo di MEDIO - LUNGO TERMINE:

-  liaison office
-  project office
-  branch office (ufficio di rappresentanza)
-  limited liability partnership
-  wholly owned subsidiary
-  joint venture

Modalità di approccio con l'India

- Le imprese devono **modulare la loro strategia** a seconda del settore di riferimento e delle proprie necessità, ma è opportuno **ragionare in un modo strategico** che porti l'azienda ad **inserirsi nel mercato indiano** in una ottica di **lungo termine**

- Alcune delle difficoltà che incontrano le imprese italiane:
 - Burocrazia
 - Forte sensibilità al prezzo
 - Barriere tariffarie (un falso problema) e non tariffarie
 - Cultura diversa, diverso approccio al business
 - Corruzione
 - Carenza di infrastrutture (soprattutto strade)
 - Mancanza di produzione qualitativa omogenea
 - Basso livello di efficienza (in relazione alle risorse umane)
 - Mancanza di personale Italiano in loco (preparato)
 - Alto livello manageriale (delle aziende indiane rispetto a quelle Italiane)



No alla strategia del COPIA & INCOLLA

- Viste tutte le difficoltà e complessità del mercato, è opportuno pensare a delle possibili **soluzioni volte a generare risultati concreti**
- Utilizzare la strategia applicata ad altri mercati non funziona! **Il mercato Indiano è unico** sotto molti punti di vista
- **Fare business** in India significa, prima di tutto, **aver capito** (almeno un poco) **il mercato** Indiano
- La scelta di come operare sul mercato deve essere quindi subordinata ad un **serio lavoro di analisi**
- Chi ha «vinto» in India, lo ha fatto perché ha trovato **soluzioni innovative** che rispondevano ad esigenze locali, attraverso prodotti e servizi non ancora presenti sul mercato



Come fare?

- ■ Un'azienda di abbigliamento, per migliorare le proprie performances sul mercato ha deciso di costruire un prodotto adatto al mercato locale.
- ■ Per questo motivo ha re-interpretato l'abito da cerimonia maschile, creandone uno di «fatura» italiana ma di stile assolutamente etnico.
- ■ Il risultato è stato clamoroso, ottenendo un fortissimo apprezzamento da parte dei consumatori locali, che hanno comunque continuato ad acquistare il prodotto di stile Italiano.



WWW.OCTAGONA.COM

Casi di successo in India

A royal fit: Canali Jacket

May 15, 2012 | 12:15



When it comes to Canali, you know you're talking quality all the way. And this piece is no exception to that rule either.

The exclusive limited edition white sleeveless Nawab jacket (in linen-cotton) is made from a blend of the finest Egyptian cotton exclusively crafted for the Indian market.

Which pretty much means that if you need to buy it, you have to source it in India. Only 28 pieces of this jacket have been manufactured.

Price: Rs 79,000



Casi di successo in India

Tribute to elegance

DHNS

Best Attire

It was one of those evenings where the men stood out amidst the women. And why not? After all, it was the launch party of the popular Italian brand Canali, an exclusive men's wear at the UB City.



From the classic black and blue suits to the formal shirt, jeans and jacket combination, the men sure were in their best attire. At the same time, the women too didn't fall far behind in their beautiful sarees, anarkalis, tunics and dresses that added to the glam factor of the evening. One couldn't miss the striking red dress worn by Dia Bhandary. With cocktails making its rounds, the assembled guests raised a toast to the latest collection, Canali Nawab.

Paolo Canali, who flew in especially for the evening, was wearing a sherwani from the collection. "It has been a significant year of achievement for Canali and a special year of celebrations as Canali turns 75. As a tribute to the Indian culture, we are proud to present the Nawab Collection that is totally inspired by the rich, sophisticated history of the Maharajas' era of elegance," said Paolo.



Altri esempi?

- Come detto quello Indiano è un mercato fortemente sensibile al prezzo.
- Una intera confezione di caramelle non è sempre alla portata di tutti
- Un'azienda del settore ha preso spunto dalla modalità di vendita delle sigarette (spesso vendute singolarmente) per creare un packaging singolo per le proprie caramelle
- Oggi i prodotti di questa azienda sono venduti in tutto il mercato con risultati economici in continua crescita.



Casi di successo in India

THE ECONOMIC TIMES

How Perfetti command price through brand building

Preethi Chamikutty, Jan 19, 2011, 12.56am IST

He runs a company that operates in an impulse purchase and is endlessly buffeted by the sword of high commodity. Van Melle India (PVMI) sports a 'Happydent' smile. Perfetti's success is an insignificant achievement given the segment.

A Nielsen survey pegs the per capita consumption of sweets at 50 grams per year, translating to about 50 pieces of candies and traditional Indian sweets and the number is likely to be rising. For a company consuming 50 pieces of confectionaries like candies and chocolates, there are many opportunities as well as challenges. And Suneja would like to see the market empty. For he knows the battle to move beyond the Rs



Il mercato Indiano per le PMI?

- ADEL SYSTEM SRL; fatturato circa 2 Mln €
- produce alimentatori e altre soluzioni elettroniche per l'industria
- ha necessità di svilupparsi all'estero e dall'India arriva una opportunità commerciale sul mercato
- per essere competitiva deve produrre localmente, ma la sua struttura non gli permette un investimento estero



- la scelta ricade sul trasferimento di una delle tecnologie disponibili.



- risultato: aumento della competitività, opportunità su nuovi mercati, disponibilità finanziaria per investire in R&D su nuovi prodotti

Conclusioni

- L'India è un mercato complesso e lontano (non solo in termini geografici)
- molte sono anche le difficoltà che vanno affrontate
- ma rappresenta una grande opportunità per le imprese Italiane
- per cogliere questa opportunità serve una buona preparazione
- tanta pazienza
- e una strategia di medio lungo periodo in grado di sostenere il percorso dell'impresa
- molti sono gli strumenti a disposizione e gli stessi vanno tarati sulla struttura dell'impresa

Ogni imprenditore, oggi, si deve chiedere se la propria azienda può permettersi il lusso di NON fare business con l'India.

Contatti

Octagona s.r.l.

Via A. Cadamosto, 22/A

41012 Carpi (MO)

Tel. +39 059 9770184

Fax +39 059 9770186

E-mail: octagona@octagona.com

Sito web: www.octagona.com

Tutte le informazioni ed i pareri sono dati in buona fede, ma senza responsabilità legale. Octagona s.r.l. declina ogni responsabilità per eventuali errori ed omissioni. Le informazioni contenute all'interno di questo documento non devono essere considerate sostitutive di un parere legale.

© Octagona s.r.l. Marzo 2013

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo (elettronico, meccanico, reprografico, digitale) se non nei termini previsti dalla legge che tutela il diritto d'autore.