

PROGETTO SIMEST-ASSOCAMERESTERO
“BUSINESS SCOUTING E ASSISTENZA ALLE PMI”
ARREDO E DESIGN ITALIANO IN INDIA - PROSPETTIVE ED OPPORTUNITÀ

OPPORTUNITÀ DI INVESTIMENTO

IL MERCATO

Negli ultimi cinque anni, le importazioni indiane nel comparto arredo-design sono cresciute in maniera costante (tasso di crescita medio annuo del 30%), passando da 400 milioni di euro nel 2007 a 860 milioni di euro nel 2011. L'Italia, con un valore delle esportazioni pari a 40 milioni di euro nel 2011, è il quarto esportatore in India dopo Cina (430 milioni di euro), Germania (100 milioni di euro) e Malesia (43 milioni di euro). La quota di mercato dell'export italiano si è però progressivamente ridotta nel corso degli anni ed è diminuita dal 7% nel 2007 al 5% nel 2012.

Questo dato contrasta con i risultati di una ricerca di mercato condotta dalla Indo-Italian Chamber of Commerce & Industry (IICCI) su un campione di 500 professionisti e consumatori indiani (All. 1), dalla quale emerge che:

- i prodotti *Made in Italy* sono rinomati per la qualità dei materiali utilizzati, per l'accuratezza delle finiture e per il design contemporaneo;
- i consumatori locali sono generalmente price sensitive, ma sono comunque propensi a investire in modo significativo in prodotti d'arredo; sono molto attenti al rapporto tra solidità e design del prodotto; si informano prima di acquistare un prodotto, principalmente attraverso riviste specializzate, e si consultano con architetti/designers per la scelta finale di un prodotto; tendono a scegliere prodotti di stile contemporaneo;
- dopo il prezzo, l'altro fattore che condiziona la scelta di un prodotto italiano è la difficoltà di reperimento sul mercato locale. Esiste infatti un gap tra la domanda (alta) e l'offerta (bassa) di prodotti del comparto;
- nel Paese c'è una riduzione degli spazi abitativi in contesti urbani a causa del progressivo passaggio dalla famiglia tradizionale allargata (6/8 persone) a famiglie nucleari (4/5 persone).

La produzione locale è ad uno stadio di primo sviluppo ed è caratterizzata dai seguenti fattori:

- è ancora sostanzialmente non organizzata: il 90-95% dei produttori sono artigiani di micro-piccole dimensioni che realizzano mobili su misura, utilizzando tecniche e tecnologie obsolete;
- è ancora limitata la presenza di produttori industriali con grandi volumi e di una rete distributiva capillare estesa su tutto il territorio;
- ha una filiera poco specializzata: il singolo imprenditore tende ad essere importatore, distributore e retailer allo stesso tempo.

OPPORTUNITÀ

Nonostante i limiti strutturali di un settore che sta muovendo i primi passi, il grande sviluppo infrastrutturale e urbano indiano sia nelle maggiori città sia in quelle di seconda fascia (che contano in ogni caso più di quattro milioni di abitanti) offre grandi opportunità.

La domanda è alta soprattutto nei seguenti comparti e categorie di prodotti:

- complessi residenziali di lusso: gli appartamenti sono proposti alla clientela con cucina, forni, cappe incorporati e, di norma, importati;
- hotel a 5 stelle: mobili imbottiti per lobbies, illuminazione, materiali e accessori per il bagno, letti e mobili da camera (studi, chaise longues, guardaroba etc.), arredi da esterni;
- aeroporti: sedute d'attesa e panche arredamento;
- centri direzionali: uffici per top-management e postazioni di lavoro per staff operativo.

La domanda per componentistica e materiali per interni (rivestimenti, pannellature, porte, finestre, sistemi elettrici e illuminotecnica, hardware vario) è altrettanto alta. Data la natura price-sensitive del mercato e la presenza in loco di diverse aziende occidentali, per queste categorie di prodotti si consiglia un investimento diretto nel Paese.

NORMATIVA

Come parte del processo di liberalizzazione economica messo in atto dalla politica industriale del Paese negli anni '90, il Governo indiano ha progressivamente aperto il settore del commercio al dettaglio agli investimenti diretti esteri.

L'esistenza di un board (FIPB, Foreign Investment Promotion Board), deputato alla valutazione e alla convalida di investimenti esteri in determinati settori, è indice comunque di un atteggiamento ancora protezionistico.

Il settore della vendita al dettaglio è infatti uno dei più sensibili, dal momento che qualsiasi intervento nel comparto ha impatto su un ampio numero di micro, piccoli e medi imprenditori. Gli investimenti nel settore sono pertanto soggetti all'approvazione del FIPB.

Alcuni recenti e importanti sviluppi legislativi sono stati:

- nel 2006, gli IDE per Cash & Carry vengono resi automatici (non è necessario ricevere approvazione dall'FIPB); sono possibili IDE fino al 51% nei punti vendita al dettaglio con marchio unico;
- nel 2012, nel retail monobrand, gli IDE sono concessi fino al 100% a condizione che:
 - a) il 30% del valore del prodotto finito provengano da micro, piccoli o medi produttori indiani;
 - b) i prodotti venduti appartengano a un unico marchio (ossia la vendita di merci multimarca non è consentita, nemmeno se provengono dallo stesso produttore);
 - c) i prodotti venduti siano già disponibili in altri mercati;
 - d) ogni categoria di prodotti aggiuntiva da vendere sotto la sigla monomarca riceva un'ulteriore approvazione del Governo.

BARRIERE TARIFFARIE E LOGISTICA

Dal punto di vista delle barriere alle importazioni, nonostante una progressiva diminuzione nel corso degli ultimi anni, i prodotti di arredo e design sono comunque sottoposti a dazi pari a circa il 27% del valore CIF del prodotto (All. 2). Ad essi vanno aggiunte le octroi applicate per il trasporto del bene da uno Stato all'altro.

L'organizzazione della logistica è generalmente onere dell'esportatore e diventa parte integrante del servizio offerto al cliente/importatore indiano.

Di norma, mobili e oggetti d'arredo e design sono trasportati via nave fino al porto più vicino tramite container. Una volta scaricati e sdoganati presso il porto, si effettua trasporto su quattro ruote fino a raggiungere il destinatario finale (All. 3).

AZIONI PER RIDURRE GLI OSTACOLI AGLI INVESTIMENTI

L'investimento in uno showroom in aree di pregio all'interno dei principali centri urbani indiani comporta rilevanti risorse. Un'alternativa efficace è la costituzione di showroom/magazzini nelle cosiddette Free Warehousing Zones, zone franche che si trovano di norma in prossimità di porti e aeroporti e che consentono

all'investitore straniero e al suo partner indiano di ridurre sensibilmente i costi dell'acquisto/affitto dell'immobile e di dilazionare il pagamento dei dazi alle importazioni (applicato nel momento in cui il bene, ormai venduto, esce dalla zona franca).

MODALITÀ DI INVESTIMENTO

TIPOLOGIE DI INVESTIMENTO

Le limitazioni imposte dal legislatore indiano scoraggiano la costituzione di società partecipate al 100% da aziende straniere nel retail monomarca e consentono una partecipazione massima DEL 49% in quello multimarca.

In tale contesto, i produttori italiani interessati ad investire nel mercato indiano hanno due alternative:

- costituire una joint-venture commerciale con un partner indiano, in cui di solito:
 - a) l'azienda italiana si fa carico dello sviluppo del prodotto, dei costi di spedizione internazionale e della promozione del prodotto in India;
 - b) l'azienda indiana fornisce le infrastrutture per la logistica (showroom + magazzino + servizi post-vendita).
- Costituire una società di trading in India partecipata al 100%, che importa e distribuisce i prodotti dall'Italia e che può poi rivenderli:
 - a) in modalità B2B, attraverso centri cash 'n carry aperti ai soli operatori del contract o a studi di professionisti o a rivenditori locali;
 - b) attraverso contratti di franchising con investitori locali.

IMPRESE ESTERE INTERESSATE A PARTNERSHIP CON L'ITALIA

Considerando i canali principali di accesso al mercato, cioè il contract (B2B) e il consumer (B2C), le tipologie di imprese indiane interessate ad avviare collaborazioni con aziende italiane sono le seguenti:

- per il contract:
 - a) builders e developers attivi nella realizzazione di complessi residenziali e direzionali di lusso: Hiranandani, Lodha, Oberoi (Mumbai), Shobha Builders, Mantri Developers, Bearys Group e Brigade Group (Bangalore);
 - b) importatori, distributori, rivenditori e project management consultants la cui clientela comprende developers (nel residenziale e nell'ospitalità) e a cui forniscono i prodotti e assicurano l'assemblaggio/installazione e il servizio di post-vendita:
 - Mumbai: Grandeur Interiors, Akruiti Kitchens, Systa Works, Advent International, Aura Global Furniture, BP Techno Products, Varun Impex, Sources Unlimited;
 - New Delhi: Home Maker Enterprises, Kaff Appliances, FCML, Stroika, Idus, Lightbox, Anta Overseas, Venire, Vis-à-vis Light;
 - Bangalore: Ambadas Kitchens, Nestlinks, Woodville India, Soon Cucine, Forzza Furniture, Pan Office Systems, Spacematrix, Featherlite;
 - Hyderabad: Luxus India, Luxo Sphere Italia, Ramadevi Infratech;
 - Gujarat: Lines + Décor Home India;
 - Pune: Radin Italia - India Design Lab;
 - c) main contractors per progetti infrastrutturali, attivi in particolare nella costruzione di aeroporti, come GMR Group (Hyderabad e Bangalore) che, ad esempio, ha inserito nel capitolato relativo all'appalto per la costruzione dell'aeroporto di Nuova Delhi le sedute della Matteo Grassi;
- per il consumer:
 - a) produttori e rivenditori indiani di prodotti d'arredo di fascia media interessati ad integrare l'offerta alla loro clientela con prodotti di fascia alta: @home (Gruppo Nilkamal), Shopper Stop, Style Spa (Gruppo Adventz), Godrej Interio (Gruppo Godrej and Boyce), Hometown (Gruppo Future).

INVESTIMENTI ITALIANI IN LOCO¹

Per soddisfare la domanda indiana, le aziende italiane possono costituire in India:

- società commerciali (controllate o in partnership con aziende indiane del gruppo b) del contract) per:
 - a) gestire le operazioni di import, di assemblaggio e installazione dei prodotti;
 - b) garantire i servizi post-vendita;
 - c) vendere i propri prodotti nei canali B2B e/o B2C.

Le aziende italiane che hanno già costituito una presenza commerciale diretta nel mercato indiano attraverso cui importano i propri prodotti e forniscono servizi post-vendita sono: Poltrona Frau, Natuzzi, Chateau d'Ax, Artemide, Giorgetti, Snaiidero, Boffi, SCIC Cucine, Formenti e Giovenzara, VLM Spa (parte del gruppo Relco), Calligaris, Poliform & Varenna;

- unità produttive per servire direttamente il mercato indiano.

Le aziende italiane che già producono in India sono: Veneta Cucine, Faber Spa, Gruppo Margaritelli, Gruppo Elica.

¹ L'elenco di aziende qui riportato non è esaustivo.