

3 Novembre 2021
Notizie dal Web n. 223

India: Come affrontare le criticità di un mercato complesso



L'India si può definire come un mercato dalle grandi potenzialità di sviluppo economico e sociale: L'OCSE prevede una crescita per il 2021 del + 9,7%. A caratterizzare questo grande mercato in forte sviluppo vi sono però alcune criticità, che ogni azienda estera è chiamata a conoscere e a considerare nel proprio processo di internazionalizzazione.

Per approcciare il mercato indiano, così come per sviluppare ulteriormente i business già presenti, è quindi fondamentale una pianificazione che non trascuri le principali complessità del mercato stesso.

Quali sono le principali criticità del mercato indiano?

Le principali criticità di questo mercato sono:

- ✓ **Inadeguate infrastrutture** per il sostegno dello sviluppo economico del Paese e per garantire un elevato standard di vita dei propri cittadini;

- ✓ **Frammentarietà del sistema distributivo:** assenza di operatori della distribuzione di grandi dimensioni che riescano a presidiare tutto il territorio nazionale, a fronte di migliaia di piccoli operatori commerciali che detengono quote di mercato sul *last mile* della catena distributiva;
- ✓ **Debolezza del mercato finanziario:** il mercato finanziario è caratterizzato da un elevato rischio di credito. L'erogazione credito alle imprese in India è, inoltre, eccessivamente basata sulle relazioni personali e il management del sistema finanziario risulta spesso inadeguato;
- ✓ **Tempistiche notevolmente dilatate** per l'avvio di un'attività economica, rispetto alla media OCSE;
- ✓ **Barriere tariffarie:** nonostante l'India presenti un moderato grado di apertura (l'80% dei prodotti è nella fascia di dazi tra 1,5 e 10,6%), vi sono attività come l'export di vino e alcolici, olio di oliva, caffè, tè, autoveicoli, motociclette e cereali che risultano colpite con dazi tra il 50 e il 150%;
- ✓ **Obbligo di presenza di un importatore locale** per le vendite online e per l'apertura del relativo account sul marketplace;
- ✓ **Necessità di registrazione e/o certificazione** di alcuni prodotti finalizzati alla vendita online come ad esempio alimentari e cosmetici.

Ogni azienda, inoltre, è chiamata ad affrontare problematiche proprie del settore di riferimento in India, come è il caso delle realtà operanti nel Food Processing e nel settore Farmaceutico.

La trasformazione dei prodotti alimentari è, infatti, una delle più grandi industrie dell'India, che la posiziona al quinto posto nel mondo in termini di produzione, consumo ed esportazioni, impiegando circa 1,85 milioni di lavoratori. Notevoli quantità di prodotti alimentari vengono però sprecate a causa di infrastrutture e mezzi di trasporto inadeguati e dell'arretratezza degli impianti di imballaggio e stoccaggio. In tal caso, le criticità fondamentali che le aziende di questo settore devono tenere in considerazione sono:

- ✓ Ridotti collegamenti delle catene di approvvigionamento;
- ✓ Carezza di manodopera qualificata;

- ✓ Capacità limitata in tema di controlli di qualità e sicurezza;
- ✓ Scarsa consapevolezza dei consumatori verso un'alimentazione sicura e di qualità.

A sostegno delle imprese, sono quindi intervenute di recente riforme governative, come la possibilità di IDE al 100%, ma anche investimenti pubblici per circa 800 miliardi di dollari in Mega Food Park e nello sviluppo infrastrutturale per la catena del freddo, la trasformazione e la conservazione degli alimenti, nonché la sicurezza alimentare.

Nel settore farmaceutico, invece, vi è una chiara necessità di investimenti diretti da parte delle imprese volte a sviluppare una presenza adeguata sul mercato. L'import di medicinali è infatti regolato da lunghe e complesse procedure di registrazione dei dispositivi presso il Central Drugs Standard Control Organisation, sulla base delle normative locali.

I fattori che giustificano tale tipologia di investimento sono sicuramente l'aumento della domanda interna (dato l'aumento del potere d'acquisto della classe media indiana) e i bassi costi di produzione e R&D per la produzione di farmaci, nonché un ampio bacino di personale scientifico.

Come affrontare, quindi, problematiche, peculiarità e criticità di un mercato così complesso?

Per affrontare il mercato indiano è necessario:

- ✓ Procedere con un'adeguata **pianificazione** del processo di internazionalizzazione in India, sviluppando in primis un'**analisi di scenario** e una **strategia ad hoc**, individuando azioni, tempistiche e tipologie di azioni da implementare;
- ✓ Fare leva sull'ampia **forza lavoro** di cui dispone il Paese (circa la metà della popolazione ha meno di 25 anni), con buoni livelli di istruzione e conoscenza della lingua inglese;
- ✓ Prestare attenzione alle fluttuazioni del **tasso di cambio**;
- ✓ Monitorare l'evoluzione del **contesto operativo**: l'India ha avviato, ad esempio, uno snellimento delle pratiche burocratiche utili all'apertura di un'attività economica, e ha introdotto una riforma finalizzata alla **risoluzione delle insolvenze** che, con un recovery

rate medio per i creditori pari a 72 centesimi per dollaro, posiziona l'India sopra ai Paesi del Sud Est Asiatico. Si segnalano, inoltre, miglioramenti nelle **infrastrutture portuali** e un efficientamento nel processo di **trasmissione elettronica dei documenti**;

- ✓ Verificare la **catena distributiva**, senza trascurare l'e-commerce: uno dei problemi che gli esportatori in India si trovano ad affrontare è l'estrema frammentarietà del sistema distributivo. Molte imprese straniere sono quindi presenti sul mercato indiano anche tramite il canale **e-commerce**. Secondo le previsioni, infatti, entro il 2026 il valore delle transazioni online in India dovrebbe raggiungere i 200 miliardi di dollari e superare la dimensione del mercato digitale americano entro il 2034.

Benedetti&Co affianca l'imprenditore e il suo Team durante la definizione ed esecuzione di progetti di crescita e sviluppo all'estero. Nel mercato indiano opera in modo stabile da oltre dieci anni, sviluppando progetti su tutto il territorio per aziende italiane ed europee che vogliono approcciare o consolidare la loro presenza in questo mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Brescia

Via Oberdan 5/7
251 28 Brescia
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1.
LD Ruparel -
Marg. Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817