



***Made in Italy – Design & Furniture in India***  
**Strumenti per cogliere le opportunità' del settore arredo in India**

**Bologna, 10 giugno 2013**

*Progetto realizzato con il contributo del fondo intercamerale di intervento di Unioncamere*

**Claudio Maffioletti, General Manager**  
**THE INDO-ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY**

**[www.indiaitaly.com](http://www.indiaitaly.com)**



# Il subcontinente indiano

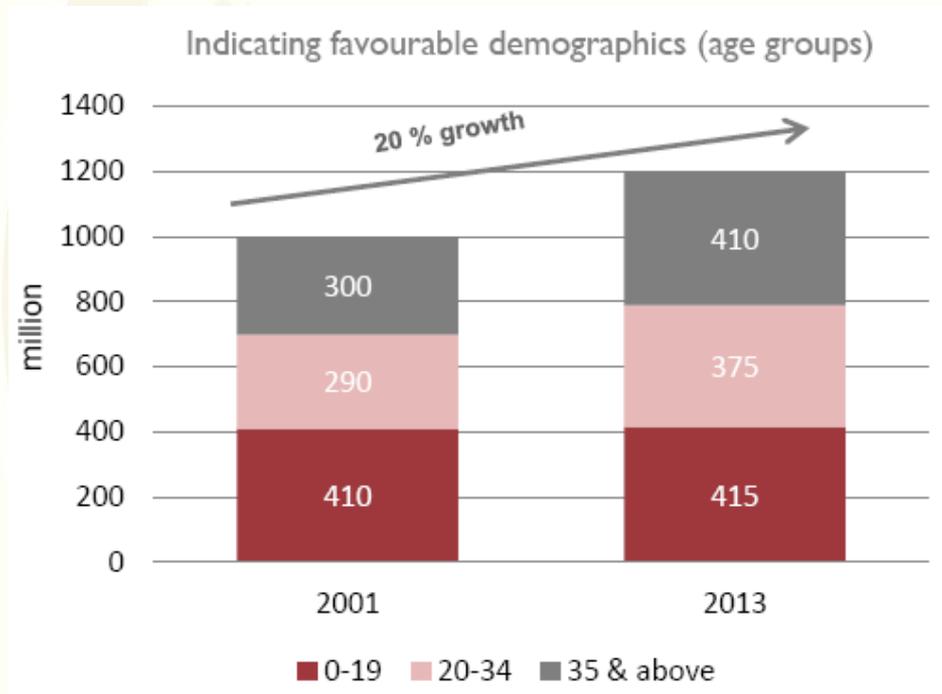
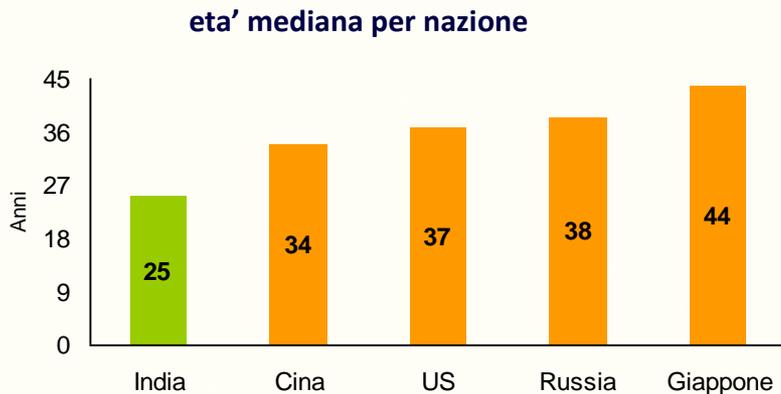
- ❖ Un'area di oltre 3.200.000 Km<sup>q</sup>
- ❖ 1,2 miliardi di abitanti
- ❖ Una pluralità di lingue, religioni, caste e classi sociali
- ❖ Ordinamento costituzionale:  
Democrazia parlamentare Repubblica federale
- ❖ Ranking:
  - 10° PIL mondiale, +7.2% nel 2011, +5.5% nel 2012, +5.8% stima 2013
  - PIL pro/capite: 3.700US\$
  - Consumo energia pro/capite: 600.6 Kwh (Cina = 4.700, US = 3.700, Italia = 300)





# Il subcontinente indiano

- ❖ Età mediana: è di 25,3 anni
- ❖ Popolazione residente nelle zone urbane: 29%
- ❖ Tasso di alfabetizzazione: 74% (censo 2010, 65% nel censo del 2000)
- ❖ Lingue ufficiali: inglese e hindi + lingue locali stato x stato
- ❖ Istruzione: ca. 250 università e 13.000 scuole superiori; 2,1 milioni di laureati all'anno (di cui 300.000 ingegneri e 150.000 tecnici informatici)





# Dati macroeconomici

Settore	1995-2005	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13 (ufficioso)	2013-14 (stima)
PIL	6.5%	6.7%	7.4%	8.6%	6.5%	5.3%	6.4%
Agricoltura	2.1%	1.6%	0.2%	5.4%	3.6%	1.6%	3.0%
Industria	6.6%	3.9%	9.2%	8.1%	1.8%	2.6%	3.9%
Servizi	7.8%	9.8%	8.6%	9.6%	8.9%	7.0%	7.6%



La Rupia indiana si unisce al gruppo di valute con un loro proprio simbolo

Crescita media PIL dal 2008-09 al 2013-14 = **6,8%**

Anno	Interscambio con l'estero	Investimenti Istituzionali Esteri	Investimenti Diretti Esteri	Reddito pro capite	Inflazione (Consumer Price Index)
1990	€ 670 milioni	€ 670 milioni	€ 65 milioni	€ 261	9%
2012	€ 596 miliardi	€ 19 miliardi	€ 24 miliardi	€ 1.490	9.39%

Fonti: Reserve Bank of India, World Bank



# Interscambio India-Italia

Anno	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
<b>EXPORT</b>	<b>3,914</b>	<b>3,825</b>	<b>3,400</b>	<b>4,552</b>	<b>4,883</b>
% Crescita		-2.3%	-11.1%	33.9%	7.3%
Totale Export India	163,132	185,295	178,751	251,136	305,964
% Crescita		13.59%	-3.53%	40.49%	21.83%
% Su totale export	2.4%	2.06%	1.9%	1.81%	1.6%
<b>IMPORT</b>	<b>3,907</b>	<b>4,428</b>	<b>3,862</b>	<b>4,256</b>	<b>5,427</b>
% Crescita		13.35%	-12.78%	10.2%	27.52%
Totale Import India	251,654	303,696	288,373	369,769	489,319
% Crescita		20.68%	-5.05%	28.23%	32.33%
% Su totale import	1.55%	1.46%	1.34%	1.15%	1.11%
<b>TOTALE INTERSCAMBIO CON ITALIA</b>	<b>7,821</b>	<b>8,253</b>	<b>7,262</b>	<b>8,808</b>	<b>10,310</b>
% Crescita		5.52%	-12%	21.28%	17.06%
Totale interscambio India	414,786	488,992	467,124	620,905	795,283
% Crescita		17.89%	-4.47%	32.92%	28.08%
Bilancia commerciale India-Italia	7%	-604	-462	296	-544

Fonte: Ministero del Commercio indiano – Cifre in milioni di US\$



# Presenza italiana in India

- ❖ Circa 400 società italiane registrate in India:
  - 60% con impianti produttivi (tessile e meccanica strumentale)
  - 40% con società di servizi
- ❖ Banche italiane
  - 1 filiale operativa (BNL-BNP Paribas)
  - 6 uffici di rappresentanza di banche italiane (Intesa Sanpaolo, Unicredit, Monte dei Paschi di Siena, UBI Banca, Banco Popolare, Banca Popolare di Vicenza)
- ❖ L'Italia è il 12° paese in termini di investimenti diretti esteri (0.74% del totale)
- ❖ L'Italia è al 5° posto per quanto riguarda i trasferimenti di tecnologia con 484 collaborazioni tecniche

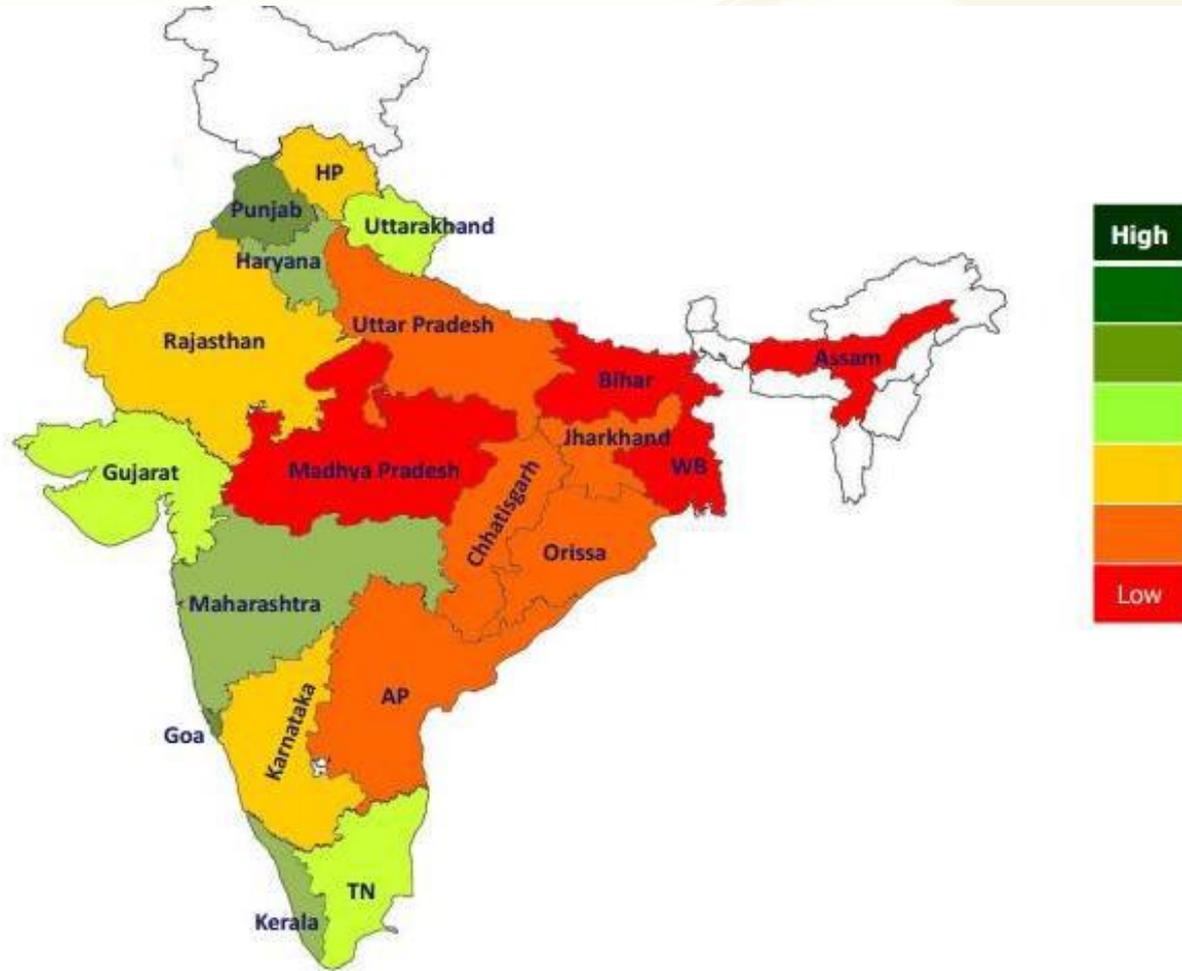
# Dati demografici

Fasce di reddito	Descrizione	Reddito netto annuo	% della popolazione (2013)	Valori assoluti (2013, in milioni)
A. Ricchi	Famiglie appartenenti a grandi gruppi industriali, grandi proprietari	oltre 1 milione di US\$	0.015%	0,18
B. Benestanti	Top managers e grandi imprenditori, personaggi dello sport e dello spettacolo	oltre 100.000 US\$	0.45%	5,4
C. Fascia Medio-Alta	Professionisti, accademici, medici, ingegneri, managers di grandi aziende o multinazionali, piccoli imprenditori	Da 20.000 a 100.000 US\$	1.8%	21,6
D. Fascia Media	Impiegati di piccole aziende, impiegati statali, piccoli commercianti	Da 3.500 a 20.000 US\$	10.7%	128,4
E. Fascia Medio-Bassa	Piccoli artigiani, venditori ambulanti, fattorini, lavoratori manuali	Da 700 a 3.500 US\$	14.0%	168
F. Fascia Bassa	Contadini, lavoratori occasionali	Da 450 a 700 US\$	47.0%	564
G. Indigenti	Senza fissa occupazione	Meno di 450 US\$	26.0%	312

*Elaborazione IICCI su dati della World Bank, Merrill Lynch e del National Council of Applied Economic Research*

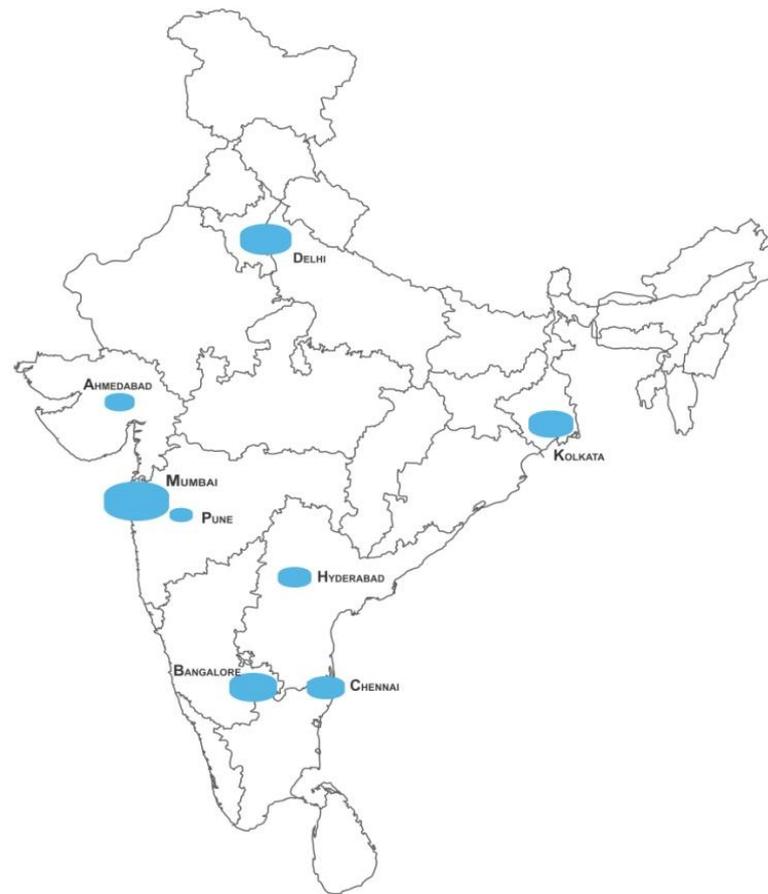


# Dati geografici – Distribuzione ricchezza





# Dati geografici – Centri urbani



Città	Popolazione	Settori principali	Prezzi immobiliari (€ al mq)	
			Fascia alta	Fascia media
MUMBAI	21.900.000 (area metropolitana)	Capitale finanziaria, telecomunicazioni, servizi sanitari, gioielleria, infrastrutture e costruzioni	5.000	2.500
DELHI	19.000.000 (area metropolitana)	Capitale politica, Telecomunicazioni, IT, Settore bancario, Media, Turismo	7.500	3.500
BANGALORE	5.500.000	Capitale indiana dell'IT, industria aeronautica	3.500	1.200
CALCUTTA	5.100.000	Industria mineraria, farmaceutica, alimentare, meccanica, tessile.	2.000	800
CHENNAI	4.600.000	Industria Automobilistica, IT, servizi sanitari e servizi finanziari.	4.400	1.300
HYDERABAD	6.800.000	IT, Settore bancario, aeronautica, industria farmaceutica e biotecnologia	7.500	5.500
AHMEDABAD	5.600.000	Industria tessile, automobili, gioielleria, industria farmaceutica	7.600	5.600
PUNE	3.500.000	Industria Automobilistica, IT, meccanica	2.100	850



# Normativa per retail mono-multi marca

2011: nuova normativa riguardante gli IDE nel settore retail

## ❖ Retail monomarca - IDE concessi al 100%, a condizione che:

- il 30% del valore del prodotto finito deve provenire da produttori indiani di dimensioni micro, piccole o medie (per investimenti oltre il 51%);
- I prodotti venduti appartengano a un unico marchio (la vendita di merci multi-marca non è consentita, nemmeno se prodotte dallo stesso produttore);
- I prodotti venduti siano già disponibili in altri mercati;
- Ogni categoria di prodotti aggiuntiva da vendere sotto la sigla monomarca deve ricevere un'ulteriore approvazione del governo;
- Richiesta l'approvazione del FIPB per retail B2C, per il retail B2B (cash 'n carry), l'investimento è automaticamente consentito

## ❖ Retail multimarca - IDE concessi fino al 51% (JV con partner locale obbligatoria), a condizione che:

- Investimento minimo richiesto = US\$ 100 milioni;
- Almeno 50% dell'investimento totale destinato in infrastrutture;
- Almeno il 30% del valore dei prodotti manufatti o trasformati deve provenire da produttori indiani di dimensioni micro, piccole o medie;
- Punti vendita possibili solo nei centri urbani con più di 1 milione di abitanti;
- I singoli Stati indiani hanno la facoltà di ratificare le direttive del Governo Centrale.



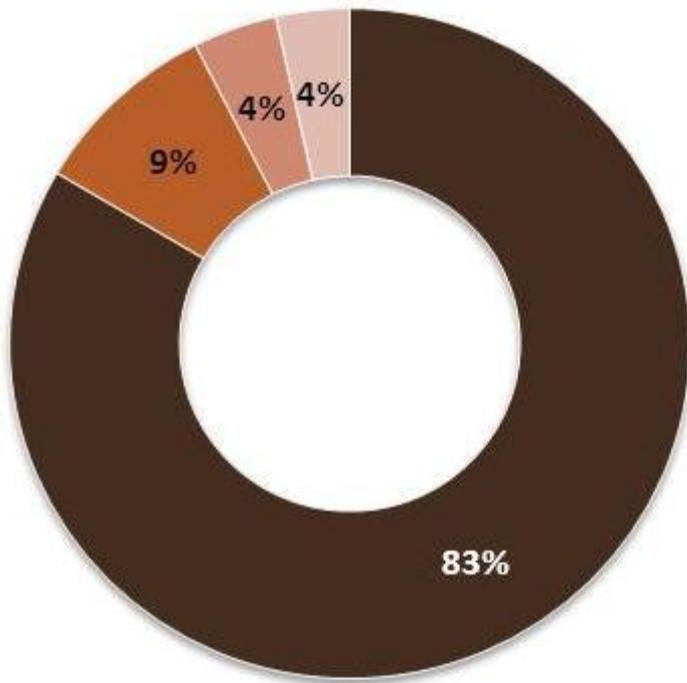
# La protezione della proprietà intellettuale

- ❖ L'India aderisce al WTO ed ha ratificato l'*Agreement of Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS) per la protezione della proprietà intellettuale
- ❖ Informazioni pratiche per i produttori italiani:
  - *Registrazione del marchio*: l'India fa riferimento alla common-law (precedenti giurisprudenziali), e riconosce la protezione a marchi già registrati in altri Paesi. È tuttavia consigliabile registrare in ogni caso il marchio commerciale e i diritti d'autore in India.
  - *Registrazione dei design*: deve essere registrato in India.
    - a. Se l'azienda italiana ha registrato il proprio disegno entro 6 mesi dalla domanda di registrazione in India, allora l'azienda può presentare domanda di registrazione allegando i documenti già prodotti.
    - b. Se invece il disegno è stato registrato all'estero prima di 6 mesi, allora va presentata una nuova documentazione.



# Il mercato indiano dell'arredo

- 1. Entita' non organizzate
- 2. Piccoli produttori e rivenditori a livello locale
- 3. Produttori industriali e rivenditori a livello interstatale
- 4. Importatori e rivenditori



- ❖ Dimensioni: € 27 mld
- ❖ 6,5% del retail indiano
- ❖ Fortemente non-organizzato: solo il 15% dei produttori locali hanno una struttura industriale
- ❖ Panorama produttivo composto da:
  - Micro laboratori di artigiani
  - Produttori e rivenditori a livello locale
  - Produttori industriali e rivenditori a livello interstatale
  - Importatori e rivenditori

# Prodotti d'arredo - Import indiani

Articolo (cifre in US\$)	2009-10	Δ	2010-11	Δ	2011-12	Δ	2012-13 (Dic)
Sedute	92.85	22%	156.81	69%	178.64	14%	136.28
Arredi per ospedali	18.6	-19%	26.3	41%	32.44	23%	24.41
Arredi in acciaio e metallo	29.94	-18%	44.94	50%	56.53	26%	46.83
Arredi in legno	175.2	-5%	254.21	45%	332.66	31%	238.21
Arredi in plastica	4.7	18%	4.48	-5%	7.14	59%	5.17
Lampade e illuminazione	123	-6%	187.11	52%	258.29	38%	204.86
Accessori in metallo	111	2%	170.55	54%	217.15	27%	176.5
Lavabi in ceramica	24.7	-11%	39.83	61%	59.79	50%	49.58
Porte, finestre e telai	5.6	4%	10.58	89%	9.01	-15%	6.07
<b>TOTALE</b>	<b>585.59</b>	<b>-2%</b>	<b>894.81</b>	<b>53%</b>	<b>1.151,65</b>	<b>29%</b>	<b>887.91</b>

- ❖ Crescita costante: media del 30% annuo
- ❖ Dati provvisori 2012-13: import in linea con anno precedente

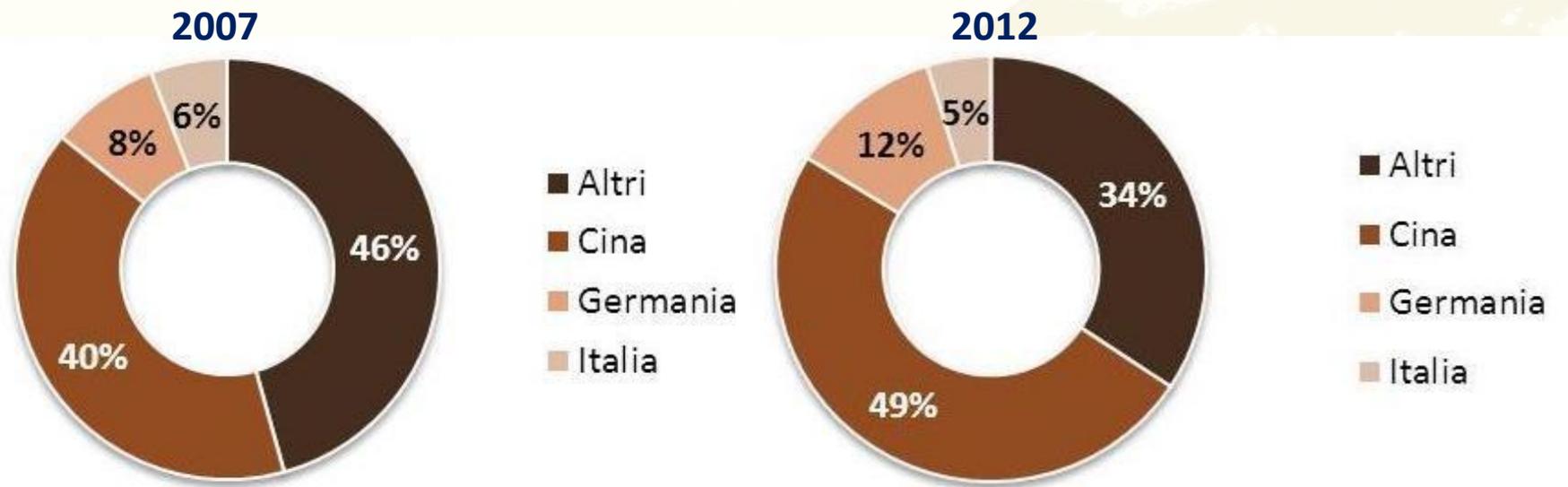
# Prodotti d'arredo - Import indiani dall'Italia

Articolo (cifre in US\$)	2009-10	Δ (10 - 09)	2010-11	Δ (11 - 10)	2011-12	Δ (12 - 11)	2012-13 (Dic)
Sedute	2.51	66%	4.28	71%	4.05	-5%	2.95
Arredi per ospedali	1	43%	1.34	34%	1.35	1%	0.78
Arredi in acciaio e metallo	2.26	51%	2.14	-5%	2.03	-5%	1.31
Arredi in legno	13.4	-18%	14.72	10%	25.76	75%	19.04
Arredi in plastica	0.02	-78%	0.09	350%	0.39	333%	0.17
Lampade e illuminazione	5.7	-22%	11.13	95%	12.13	9%	7.09
Accessori in metallo	4.4	57%	4.04	-8%	5.17	28%	3.96
Lavabi in ceramica	0.8	-20%	1.64	105%	4.1	150%	1.36
Porte, finestre e telai	0.8	-50%	0.14	-83%	0.23	64%	0.23
<b>TOTALE</b>	<b>30.89</b>	<b>-6%</b>	<b>39.52</b>	<b>28%</b>	<b>55.21</b>	<b>40%</b>	<b>36.89</b>
% sul totale	6.3%		4.4%		4.8%		4.2%

- ❖ prodotti di punta dell'export italiano nel 2011-12 sono stati mobili in legno (26 milioni di €) e illuminazione/illuminotecnica (12 milioni di €)
- ❖ Crescita costante del 5% annuo (dati provvisori 2012-13 indicano trend al ribasso)



# Quote di mercato Italia



- ❖ Export Italia 2012 = € 40 milioni. L'Italia è il quarto esportatore in India dopo Cina (430 milioni di €), Germania (100 milioni di €) e Malesia (43 milioni di €)
- ❖ Quota di mercato Italia = 4,8% del totale (tasso di crescita medio annuo = 26%), inferiore rispetto a quello dei diretti competitors (Cina = 36%, Germania = 39%).
- ❖ Quota di mercato Italia è diminuita, mentre gli altri competitor hanno migliorato la loro posizione

# La presenza italiana in India

Nome Azienda	Tipologia investimento	Tipologia produzione	Presenza geografica
Poltrona Frau (Casa Décor)	JV commerciale	Arredo	Mumbai, New Delhi, Bangalore
Natuzzi	Controllata al 100% Trading	Arredo	Bangalore, Hyderabad, Kolkata, Mumbai, Delhi, Chennai
Chateau d'Ax	JV commerciale	Arredo	Mumbai, Delhi, Hyderabad
Artemide	JV commerciale	Illuminazione	Mumbai, Delhi, Bangalore, Ahmedabad
Aran Cucine	JV commerciale	Cucine	Bangalore, Chennai, Cochin, Coimbatore, New Delhi, Hyderabad, Indore, Mumbai, Pune
Herbovital2	Controllata al 100% Trading	Arredo e arredobagno	Mumbai, New Delhi
Faber Spa (Gruppo Franke)	Controllata al 100% Produzione	Cappe e fornelli	Pune
Gruppo Elica	JV produttiva	Cappe da cucina	Pune
Barausse	Non disponibile	Porte e serramenti	Chennai

Disclaimer: la presente lista non è esaustiva ed è stata compilata facendo riferimento a contatti diretti con le aziende o a fonti web. Si prega di comunicare eventuali aggiornamenti e rettifiche a [furniture@indiaitaly.com](mailto:furniture@indiaitaly.com)



# Il consumatore indiano

Risultato indagine di mercato IICCI del 2010 sul consumatore indiano:

- ❖ è generalmente **price sensitive**, ma ha comunque una propensione a investire in prodotti d'arredo in modo significativo;
- ❖ è molto attento al rapporto tra **solidità** e **design** del prodotto;
- ❖ Ruolo determinante svolto da **architetti e designers** per la scelta finale di un prodotto;
- ❖ tende a scegliere prodotti di **stile contemporaneo**;
- ❖ La percentuale di consumatori che acquistano un prodotto d'arredo in un negozio è ancora limitata: di solito si fa fare il mobile in casa, su misura, da un artigiano.
- ❖ Il **mobile italiano** riconosciuto per la qualità dei materiali, del design e delle finiture
- ❖ In generale, la **domanda** di prodotti italiani **supera l'offerta**



# Analisi SWOT

## Punti di Forza

- Design Originale
- Solidità dei Prodotti
- Qualità dei materiali

## Criticità

- Disponibilità limitata dei prodotti
- Prezzi
- Assenza di allestitori specializzati in loco
- Servizi post-vendita

## Opportunità

- Intensificare rapporti con architetti ed interior designer indiani
- Inserirsi in grandi progetti contract (residenziale, direzionale, ospitalità)
- Creare piattaforma di incontro tra domanda e offerta
- Formazione per architetti e contractors

## Sfide

- Agire sui prezzi
- Dare continuità ad azioni promozionali costituendo centri espositivi permanenti per rispondere alla domanda indiana di novità e disponibilità dei prodotti
- Brand building
- Costituire centri di assistenza tecnica e post-vendita in loco



# Operare nel mercato indiano

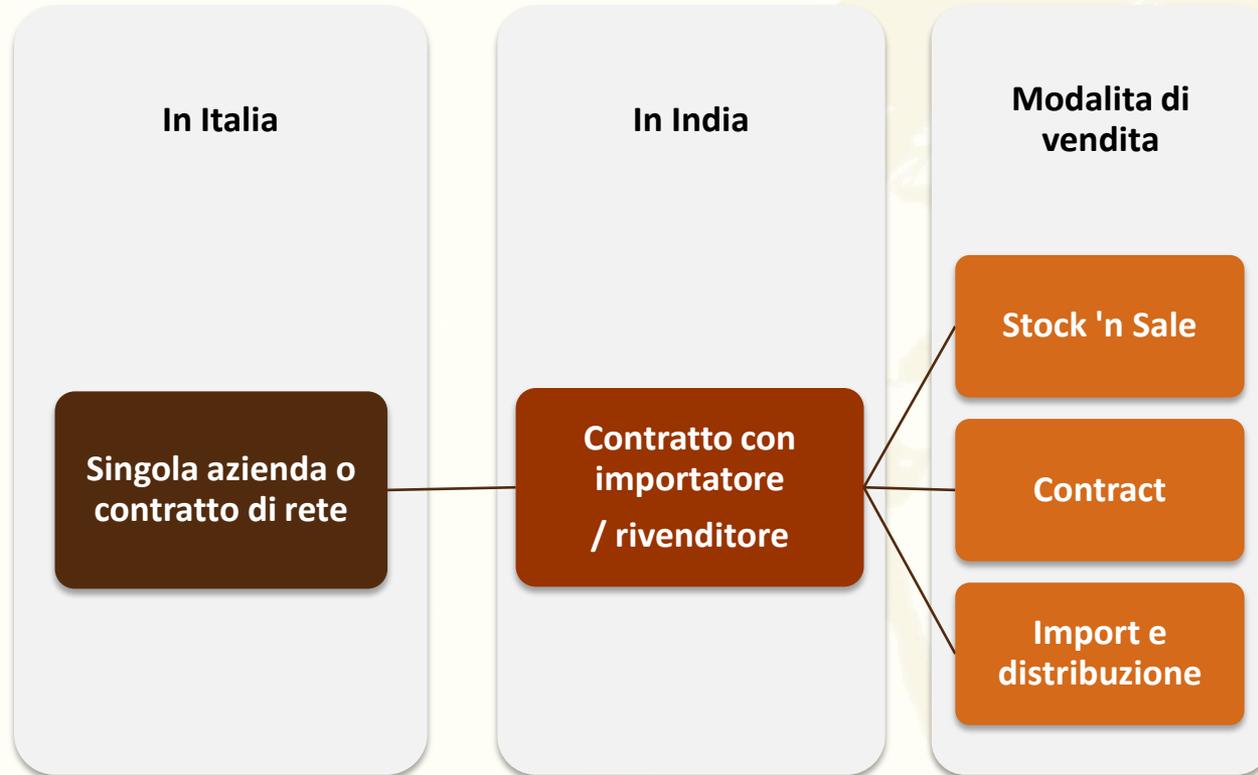
Esistono 2 modalita' per operare nel mercato indiano

1. *Investimento indiretto*: esportazione dei prodotti attraverso agenti, importatori, distributori e rivenditori;
2. *Investimento diretto*:
  - a. costituzione di una JV con un partner indiano
  - b. costituzione di una controllata al 100%

Tali modalita' sono regolate dalla normativa indiani sugli IDE.

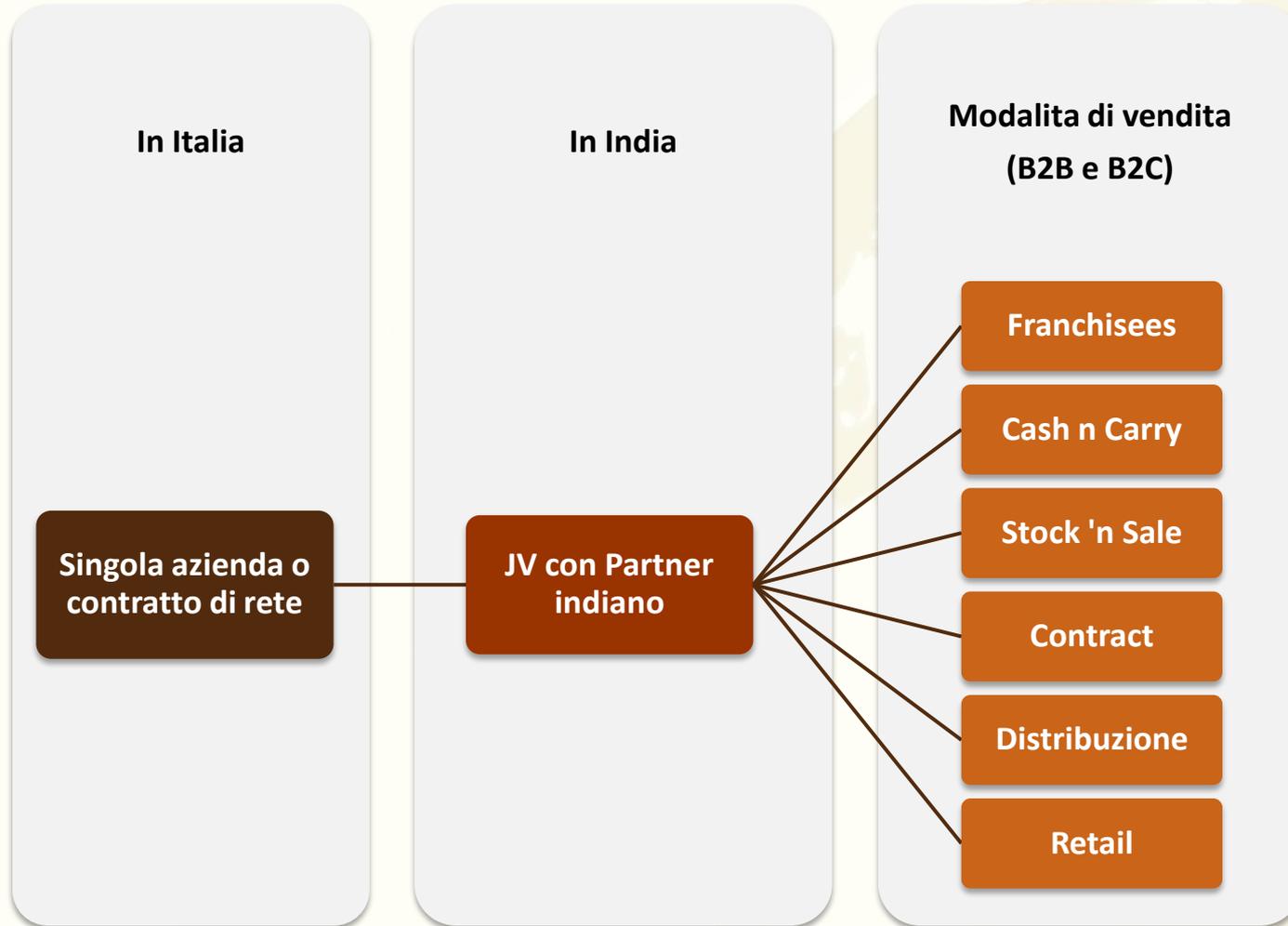


# Export prodotti



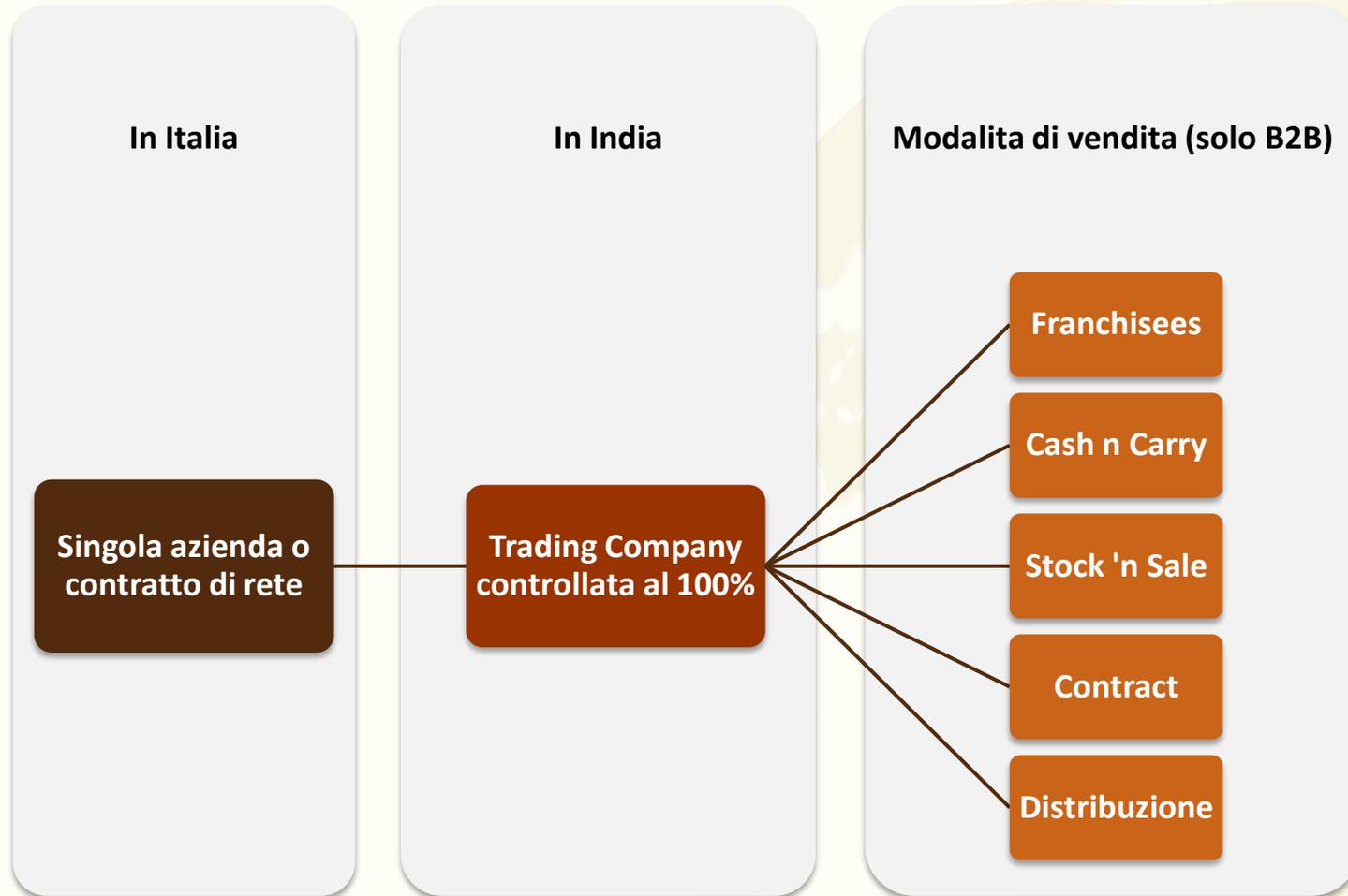


# Costituzione di una JV





# Costituzione di una sussidiaria





# Modalita' di vendita consentite

	B2B					B2C
	<i>Cash n Carry</i>	<i>Contract</i>	<i>Franchising</i>	<i>Conto vendita</i>	<i>Import</i>	<i>Retail</i>
Investimento diretto: JV	V	V	V	V	V	V
Investimento diretto: controllata al 100%	V	V	V	V	V	X*
Export	X	V	X	V	V	V



# Apertura di uno showroom

La previsione di investimento richiesto per l'apertura e gestione per un anno di uno showroom in India è stata eseguita considerando:

- ❖ I prezzi degli immobili (area ipotizzata di 1.000 mq in location centrali/di pregio)
- ❖ I costi di personale addetto per un anno e uno showroom
- ❖ I costi di gestione e di eventuale rinnovo dei locali
- ❖ Le campagne promozionali

# Prezzi immobili

CITTA'	AFFITTO		ACQUISTO	
	MEDIA COSTO MENSILE (€ mq)	COSTO ANNUO (€)	COSTO (€ mq)	COSTO TOTALE (€)
MUMBAI	45	540,000	35,000	35,000,000
NEW DELHI	25	300,000	22,000	22,000,000
BANGALORE	18	216,000	4,900	4,900,000
CHENNAI	10	120,000	6,300	6,300,000
KOLKATA	10	120,000	7,800	7,800,000
AHMEDABAD	16	192,000	5,600	5,600,000
HYDERABAD	16	192,000	5,600	5,600,000

Elaborazione IICCI su dati disponibili on-line e su Construction World, Maggio 2013

# Costi personale

	Numero	Costo annuo (per unita', INR)	Costo annuo totale (INR)	Costo annuo totale (€)
General Manager (marketing and operations)	1	2.000.000	2.000.000	30.000
Managers (accounts/logistics)	2	700.000	1,400.000	20.000
Assistente senior	1	700.000	700.000	10.000
Assistente junior/receptionist	1	400.000	400.000	6.000
Sales persons	2	500.000	1.000.000	15.000
<b>Total</b>	<b>7</b>		<b>3.400.000</b>	<b>81.000</b>



# Costi di gestione

	Costo annuo totale (INR)	Costo annuo totale (€)
Rinnovo locali	1,500,000	22.000
Utenze	350,000	5.000
Manutenzione	200.000	3.000
Elettricità	150,000	2.000
<b>Totale</b>	<b>900,000</b>	<b>32,000</b>



# Inserzioni pubblicitarie

Nome	Tiratura	Periodicità	Dimensione	Prezzo (€)
Better Interiors	149.000	Mensile	Pagina Intera	1.700
Architecture+Design	70.000	Mensile	Pagina Intera Mezza Pagina	1.100 600
Elle Decor	64.000	Bimensile	Pagina Intera Mezza Pagina	1.800 1.100
Domus	35.000	Mensile	Pagina Intera	900



# Entita' investimento

	<b>Costo annuo totale (€)</b>
<b>Affitto locali</b>	450.000
<b>Costi personale</b>	81.000
<b>Costi di gestione</b>	32.000
<b>Campagne pubblicitarie</b>	35.000
<b>Consulenze e certificazioni varie</b>	10.000
<b>Totale</b>	608,000



# Le attività del progetto

## “Made in Italy – Design & Furniture in India”



*PROGETTO REALIZZATO DA INDO-ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE  
CON IL CONTRIBUTO DEL FONDO INTERCAMERALE DI INTERVENTO DI  
UNIONCAMERE NAZIONALE,  
AL QUALE LE CAMERE DI COMMERCIO DELL'EMILIA-ROMAGNA  
HANNO ADERITO CON FONDI DEL “PROGETTO INDIA 2012”*



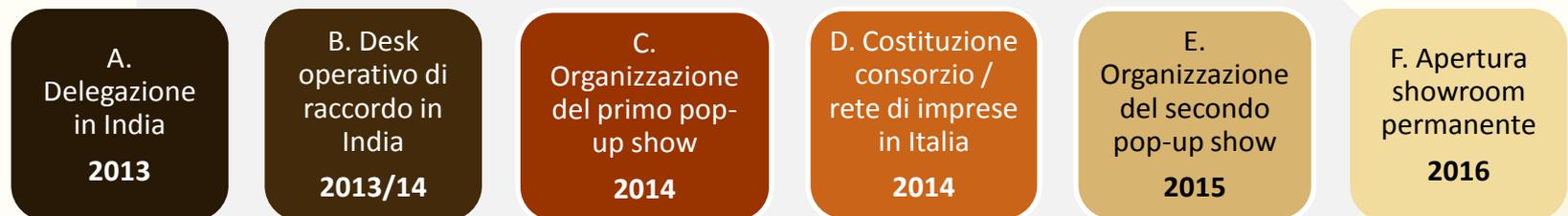
# Piano d'azione 2014-16

*Finalita'*: realizzare una serie di **attività preliminari** che consentano alle aziende italiane di:

1. **Testare il mercato** ed avviare **lo sviluppo di una rete commerciale**, di marketing e di logistica in India attraverso partnership con operatori locali;
2. **Promuovere** i propri **prodotti** presso importatori, distributori, rivenditori, architetti e interior designers indiani

## *Strumenti*

1. Organizzazione di una delegazione operativa in India a novembre
2. Piattaforma online [www.furnitureanddesignitalia.com](http://www.furnitureanddesignitalia.com)
3. Organizzazione di pop-up show





# Delegazione incoming – 6 buyers indiani

- ❖ *Periodo:* 18-19 luglio 2013 in Emilia-Romagna
- ❖ *Citta':* Milano/Monza, Udine, Bologna
- ❖ *Format*
  - Visite ad aziende e showroom in Emilia-Romagna
  - Organizzazione incontri b2b (pre-agendati - 40 minuti)
- ❖ *Incontri b2b*
  - Presso Unioncamere Emilia-Romagna a Bologna
  - **Venerdì 19 luglio ore 9.30-13.30**
- ❖ *Operatori*
  - 3 importatori e retailers
  - 2 costruttori e developers
  - 1 societa' di Project Management Consultancy e architetti



# Delegazione outgoing

- ❖ *Date:* 18-22 novembre 2013 (partenza domenica 17 e rientro sabato 23 novembre, da confermare)
- ❖ *Citta':* Mumbai e Bangalore
- ❖ *Format*
  - Visite ad aziende e showroom
  - Visita a possibili location per showroom permanente
  - Seminario di presentazione del progetto e delle aziende partecipanti
- ❖ *Target*
  - Importatori/distributori/retailer,
  - Architetti e interior designer
  - Costruttori e developers
- ❖ *Partecipanti*
  - Max 4 imprese emiliano-romagnole



# Piattaforma online

## *Finalita'*

1. dare visibilita' al progetto e alle aziende partecipanti
2. creare uno spazio di contatto e interazione tra **espositori italiani** (produttori italiani) e **visitatori indiani** (importatori, retailers, distributori) e professionisti (architetti, designers)

## *Modalita' operative*

1. Gestione contenuti e animazione piattaforma (a cura IICCI) attraverso:
  - a. Promozione dei prodotti italiani presso gli operatori indiani
  - b. Coordinamento tra buyers e produttori
  - c. Creazione di comunita' online attraverso i social networks (Facebook e LinkedIn)
2. Area dedicata per:
  - a. Presentare l'azienda
  - b. Descrivere e esporre i suoi prodotti
3. Possibilita' per visitatori di contattare direttamente l'azienda
4. Tempistica: piattaforma online dal **20 giugno**



# Pacchetto per le aziende partecipanti

1. Studio di fattibilità completo + spazio dedicato in piattaforma online (fino a dicembre 2013) = 242 Eur (Iva compresa)
2. Fee per organizzazione visite aziendali = **gratuito**  
I costi vivi da considerare sono\*:
  - Volo A/R Italia – India = ~1.150 €
  - Hotel (6 notti in hotel da 4 o 5 stelle) = da 900 a 1.100 € (compreso pick-up da aeroporto)
  - Volo interno Mumbai-Bangalore = 150 € (costo medio)
  - Affitto macchine per visite aziendali (110 Eur al giorno per 8 ore e 80 km) = ~550 €

Totale costi = ~ 2.950 €

(Servizio di interpretariato, su richiesta = 100 € al giorno)

\* **Costi indicativi**, da verificare al momento delle prenotazioni.



# IICCI in breve



- ❖ Fondata nel 1966
- ❖ 6 uffici in tutta l'India
- ❖ Oltre 1200 soci
- ❖ Oltre 50 professionisti
- ❖ 20 desk e collaborazioni attivi
- ❖ Affiliata ad Assocamerestero





# Assistenza alle imprese

## *Attività preliminari*

- ❖ Analisi di mercato per prodotto
- ❖ Assistenza nello sviluppo di strategie per l'ingresso nel mercato

## *Selezione partners commerciali / industriali*

- ❖ Identificazione di partners commerciali (produttori, fornitori, esportatori, importatori, agenti, distributori)
- ❖ Identificazione e selezione di partners per collaborazioni industriali e finanziarie
- ❖ Organizzazione di incontri B2B
- ❖ Informazioni finanziarie ed aziendali su potenziali partners



# Assistenza alle imprese

## *Avvio delle operazioni*

- ❖ Consulenza legale e assistenza per accordi di collaborazioni commerciali, industriali e finanziarie
- ❖ Registrazione di Marchi e Brevetti
- ❖ Assistenza nell'apertura di uffici di rappresentanza, filiali, succursali o JV
- ❖ Analisi comparata e selezione di località per le operazioni
- ❖ Assistenza nell'acquisizione di unità industriali e commerciali
- ❖ Creazione di reti di vendita
- ❖ Attività promozionali e di marketing
- ❖ Ricerca e selezione del personale
- ❖ Interpretariato e traduzioni



# Grazie

Claudio Maffioletti – General Manager  
The Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry

Office No.805 - 8th Floor, 349 Business Point - Western Express  
Highway, Andheri (East) | Mumbai 400069, Maharashtra - India  
Tel:+91 (22) 6772 8186 – 90 | Fax:+91 (22) 6772 8191 / 6772 2716

E: [c.maffioletti@indiaitaly.com](mailto:c.maffioletti@indiaitaly.com) , [furniture@indiaitaly.com](mailto:furniture@indiaitaly.com)  
W: [www.indiaitaly.com](http://www.indiaitaly.com) | [www.furnitureanddesignitalia.com](http://www.furnitureanddesignitalia.com)

Skype: icci.maffioletti

