

REPORTAGE

Redaktör: Hans Strandberg
E-post: reportage@di.se
Tel: 08-573 650 00

Indiens detaljhandel omsätter omkring 3 200 miljarder kronor och väntas växa med 50 procent till 2020 – vilket kan bli en guldgruva för utländska företag.

Svenska Hästens, Gant och Orrefors finns redan här medan jättarna Ikea och H&M har väntat på grund av den hårda regleringen. Men nu öppnas marknaden efter gårdagens beslut av den indiska regeringen.

Indien lockar svenska jättar

■ När indiska familjer köper nya sängar lägger de oftast mer pengar på sänggaveln än på madrassen. Det kan låta som ett tufft utgångsläge för att lansera en lyxsäng som Hästens, men Rajesh och Neelam Dewani är förvåningsfullt optimistiska. Köpvanor ändras i snabb takt och en resvan indisk elit börjar förvänta sig att kunna köpa samma varor hemma som utomlands.

När Di besöker den nya Hästensbutik i ett av New Delhis största köpcentrum är det bara en vecka kvar till invigning. Sängarna med rutiga överdrag är bäddade, och eftersom indiska kunder inte gillar att prova säng inför publik har några avskärmade sovrum skapats i butiken. På en vägg rullar en film som visar hur tillverkningen i Köping går till. Det faktum att sängarna är handtillverkade imponerar dock inte på, indierna – merparten av de indiska möblerna görs fortfarande för hand.

”Vi kommer att poängtera att de tillverkas i Sverige och att allt är av högsta kvalitet”, säger Neelam Dewani.

Dollarmiljonärerna blir allt fler

Det finns redan Hästenbutiker i Bombay och Ahmedabad och försäljningen går starkt. Andelen rika indier må vara liten sett till befolkningens storlek, men antalet dollarmiljonärer ökar snabbt. I Bombay köpte nyligen en av Indiens rikaste män en 2,5 meters specialgjord Hästenssäng. Sängen, som kostade motsvarande 550 000 kronor, fick lyftas in med helikopter via taket till mannens bostad.

Den typen av publicitet är både av godo och av ondo för varumärket. Indiska tidningar har noterat att Hästens dyraste modell kostar mer än 20 Tata Nanobilar som 2008 lanserades som världens billigaste personbil.

Paret Dewani driver sedan tidigare Sonybutiker på licens i New Delhi och kom i kontakt med Hästens när de själva letade efter en ny säng. De godkändes av Hästens som franchisetagare och har inrett sin butik enligt de riktlinjer som gäller för alla butiker globalt. Sängarna kostar i stort sett lika mycket över hela världen, men höga importtullar pressar ned med vinstmarginalen för de indiska importörerna. Det hoppas Rajesh kunna ta igen genom att kunderna väljer de dyrare modellerna.

”Det finns många indiska kunder där

”Det finns många indiska kunder där pengar inte är något problem.”

RAJESH DEWANI, FRANCHISETAGARE I HÄSTENS

pengar inte är något problem”, säger han.

Indiens ekonomiska uppsving har lockat många utländska företag till landets största städer. Utanför Hästensbutiken i New Delhi breder sig det jättelika köpcentret Select City Walk ut sig. På tre plan finns internationella klädkedjor som Zara och Mango, Reebok, brittiska Marks & Spencer, hudvårdsföretaget Body Shop och det svenska klädföretaget Gant.

Drar till sig utländska storföretag

Alla drivs med franchiseavtal eller som samägda bolag med indiska partner eftersom detaljhandeln är hårt reglerad för att skydda indiska företagare. Kravet på en indisk partner har gjort att Ikea än så länge har avstått från att öppna varuhus i Indien och inte heller H&M har gått in – trots att deras konkurrenter redan finns här.

Efter flera år av nötande, presenterade regeringen i november en omfattande detaljhandelsreform. Utländska företag som bara säljer sitt eget varumärke, skulle få äga 100 procent av den indiska verksamheten, att jämföra med 51 procent i dag. Samtidigt skulle Indiens dagligvaruhandel öppnas för ett 51-procentigt ägande för stormarknader som amerikanska Walmart och franska Car-

refour, i dag bara tillåtna att verka i grossistbranschen.

Enligt regeringen skulle reformen modernisera detaljhandeln, skapa 10 miljoner nya jobb och hjälpa till att pressa ned den höga inflationen. I dag är bara 5 procent av den indiska detaljhandeln formellt organiserad med licensierade butiker som betalar skatt och andra avgifter.

Protest mot reform

Här i Sverige välkomnade Ikeas huvudkontor beslutet och sa att företagets Indienplaner skulle presenteras inom kort. Det dröjde dock bara en vecka innan Indiens regering lade förslaget på hyllan igen efter att flera partier arbetsvägrat i parlamentet i protest mot reformen.

I dag säljs så gott som all mat och dagligvaror på marknader och i små kvartersbutiker. Affärsägare som är oroliga över att stora matvarujättar ska slå ut dem och Indiens hundra miljontals småbönder har fått högljutt stöd av en opposition som är snabb att plocka politiska poäng.

I går ändrades läget dock igen. Den indiska regeringen gav då grönt ljus för de utländska bolag som har ett varumärke att äga 100 procent av sin indiska verksamhet.

På analysföretaget Technopak säger detaljhandelsanalytikern Zahir Abbas att kontroverserna kring reformen är sociala och inte har något med ekonomi att göra.

”Man måste komma ihåg vår historia. Det är inte länge sedan Indien var en koloni och folk är rädda för att utlänningar ska komma in och ta över igen”, säger han.

”Ett beslut om företagen med flera varumärken lär dock få vänta tills det finns en

bred samsyn. Troligtvis tas inte frågan upp förrän efter mars månad då flera viktiga delstatsval väntas vara över”, säger Aticka Chona som leder den svenska kommunikationsbyrån Springtimes Indienkontor och har arbetat många år med indisk detaljhandel.

Det är lätt att förstå de utländska bolagens intresse. Den indiska detaljhandelsmarknaden värderades till 3 200 miljarder kronor för 2010, och spås av analytiker att öka med 50 procent till 2020.

Technopaks Zahir Abbas tror att kläder och inredning är branscher som kommer att växa snabbt, åtminstone i de största städerna.

Samtidigt är detaljhandelns storlek blygsam sett till den 1,2 miljarder stora befolkningen. Köpkraften är ojämnt fördelad – och än så länge är det gentemot den indiska eliten som svenska detaljhandelsföretag riktar sig genom franchisetagare eller säljagenter.

En halv miljard människor fattiga

Förutom Hästens och Gant finns Orrefors Kosta Boda på plats i ett av New Delhis köpcenter. Nyligen har också Baby Björns bär-selar börjat säljas i några av huvudstadens nyöppnade barnbutiker.

Majoriteten av Indiens befolkning har dock fortfarande mycket små inkomster. Nära en halv miljard människor lever på mindre än de 25 rupier, omkring 5 kronor om dagen, som utgör gränsen för fattigdom enligt Indiens statliga planeringskommission.

Även den växande medelklassen tjänar lite pengar jämfört med samma grupp i Europa och USA. Det gör det svårt för utländska företag som importerar sina varor att konkurrera om de större konsumtionsgrupperna.

”Även i medelklassen kan många bara betala upp till 500 rupier (80 kronor) för en skjorta. Eftersom det är så billigt måste sådana kläder produceras i Indien och antagligen av indiska företag”, säger Zahir Abbas. □

Grönt ljus för utländska bolag

Den indiska regeringen beslutade på tisdagen formellt att gränsen för utländska direktinvesteringar för den så kallade single brand-delen av landets detaljhandelssektor höjs från 51 till 100 procent.

Det rapporterar indiska medier.

Beslutet har föregåtts av många turer där bland annat ett tidigare besked i november i fjol följdes av starka protester från oppositionen.

Den indiska regeringens beslut omfattar ett villkor för de utländska detaljhandelsbolag som på egen hand (till 100 procent) vill etablera sig i landet. Dessa bolag måste lägga minst 30 procent av sina inköpsorder hos mindre inhemska indiska leverantörer. I skrivande stund är det dock oklart vilka indiska leverantörer som klassas som mindre och om de inköp som krävs gäller färdiga plagg och/eller tyger.

(Direkt)

Di New Delhi

KARIN LUNDBÄCK

karin.lundback@di.se

08-573 654 93

