



Gateway to India's Smart Cities

AFRAPPORTERING

**INDUSTRIENS
FOND** FREMMER DANSK
KONKURRENCEEVNE
The Danish Industry Foundation



Indledning

Indien er en af den globale økonomis store vækstmotorer med en årlig vækst i BNP på over 7 %. Det er ikke kun Indiens økonomi, der vokser, også landets befolkningstal vokser. I 2024 forventes Indien at overtage Kinas status som landet med verdens største befolkning.

For at håndtere landets hastige urbanisering, som er et resultat af Indiens høje vækstrater og befolkningsudvikling, lancerede premierminister Modi i

2015 et ambitiøst byudviklingsprogram, '100 Smart Cities' med en investering svarende til 100 milliarder kroner over de næste fem år. Det fokuserer på bæredygtig udvikling af de pressede indiske byer, som inden

2050 vil opleve en befolkningstilvækst på op mod 400 mio. mennesker.

Dette program udgør et strategisk marked med et meget stort potentiale for dansk erhvervsliv. Det er et marked, som efterspørger løsninger og produkter inden for sektorer, som dansk erhvervsliv har en stærk profil på i den internationale konkurrence f.eks. byplanlægning, vand- og energiløsninger og ICT-teknologier.

Aktiviteter og Leverancer

Projektet Gateway to India's Smart Cities har haft til formål at udvikle en dansk forretningsmodel, som beskriver de centrale analyser og beslutninger, en dansk virksomhed bør tage i sin strategiske planlægning af, hvordan den skal tilgå en udbudsmulighed under Indiens "100 Smart Cities" program. Til dette har 39 danske virksomheder og syv indiske virksomheder indgået i et forløb over seks måneder, bestående af to workshops samt individuelle forløb med indiske virksomheder.

Forløbet blev implementeret på baggrund af to af projektet udførte mappings:

- Mapping af internationale tilgange til det indiske smart cities marked

- Mapping af offentlige udbud under Indiens "100 Smart Cities" program.

Effekt

Projektet Gateway to India's Smart Cities viste en stor interesse blandt indiske virksomheder i at introducere danske løsninger til det indiske smart cities marked, men samtidig også en række udfordringer for danske SMV'er. Konkret var der tale om fem grundlæggende udfordringer:

1. Manglende viden om det dansk-indiske match: Danske virksomheder mangler viden om det indiske marked i forhold til efterspørgsel og behov, samarbejdsformer og kommercialisering. I bedste fald tilgår de danske virksomheder det indiske marked som underleverandører i en meget snæver forstand.
2. Manglende viden og kapacitet til at gennemføre den nødvendige produkttilpasning: Danske virksomheder tilgår som regel det indiske marked med et konkret produkt og en teknisk forståelse, men ofte kræver produktet en vis tilpasning ift. den indiske virkelighed ift. funktionalitet, pris, kvalitet, kvantitet og/eller forretningsmodel. Denne produkttilpasning forudsætter et dybt lokalkendskab, både i forhold til indiske behov og potentielle kunder, som danske SMV'er sjældent favner.
3. Manglende evne til at gennemføre 'Proof of Concepts': Indiske kunder ser en vellykket POC som en væsentlig forudsætning for en endelig aftale, men danske SMV'er mangler viden om de krav, der typisk stilles i en POC, samt midler til finansiering af dens implementering.

4. Manglende kapacitet til længerevarende ophold i Indien: Danske SMV'er har sjældent mulighed for at opholde sig længere tid i Indien, selvom det ofte er en forudsætning for at opnå den nødvendige indsigt til at gennemføre produkttilpasning, POC og partnervalg.
5. Manglende investorer med fokus på danske SMV'er i Indien: Grundet de første fire udfordringer, har de færreste danske SMV'er mulighed for at udvikle solide forretningsidéer i Indien, hvorfor investorer holder sig væk. Omvendt er investeringer en forudsætning for dansk succes i Indien, især ift. scalability og implementering af POC'er.

Før projektet var der en begrænset viden, om de specifikke udfordringer og krav danske SMV'er blev mødt af på det indiske marked. Projektet har frembragt en detaljeret og tilgængelig viden om dette, således danske SMV fremadrettet kan tilgå det indiske smart cities marked på et oplyst grundlag.

Projektet har ligeledes medført en række nye dialoger om forretningssamarbejde mellem danske SMV'er og indiske virksomheder, hvor de første ved projektafslutningen er ved at blive implementeret i Indien.

Forankring og Formidling

På baggrund af projektet og den viden og erfaring der er opnået, er forretningsmodellen "Roadmap to India's Smart Cities" blevet udviklet. Modellen er et praktisk redskab for danske SMV'er, der ønsker at tilgå det indiske smart cities marked. Modellen tager udgangspunkt i den virkelighed, og de krav danske SMV'er møder på det indiske smart cities marked. Modellen er baseret på 15 konkrete skridt, som dansk SMV'er kan følge eller lade sig inspirere af. Håndbogen omtalt ovenfor er som nævnt tilgængelig online, ligesom der også findes trykte eksemplarer i både en dansk og en engelsk version.

Håndbogen danner udgangspunkt for en løbende dialog med ledere i danske virksomheder, der ønsker at udvikle deres globale kompetencer. Også HR-personer med ansvar for organisatorisk og personlig udvikling af ledere finder inspiration i bogen, der således er garanteret for, at den viden, der blev skabt, lever videre efter projektets officielle afsluttet.

PROJEKTNAMN:

Gateway to India's Smart Cities

BEVILINGSMODTAGER:

Asia House

PROJEKTANSVARLIG:

Susanne Rumohr Hækkerup

MAIL:

srh@asia-house.dk

TELEFONNUMMER:

51 62 24 31

HOVEDNUMMER:

33 26 56 1