

Bologna

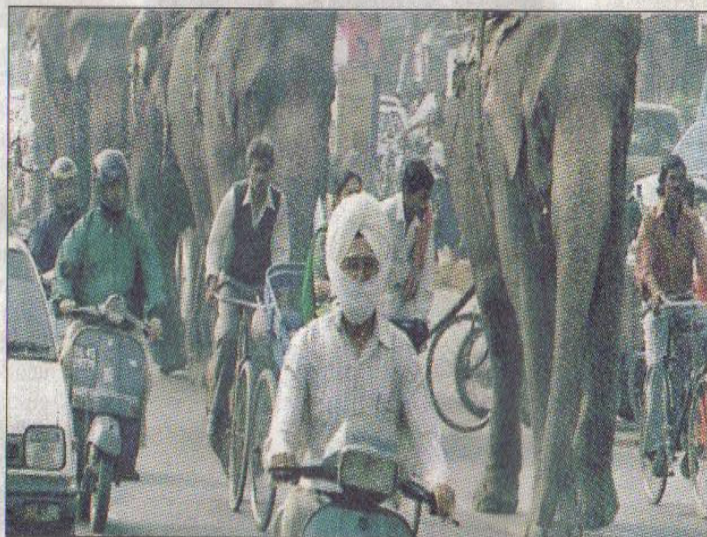
Obiettivo India per gli imprenditori italiani

Non c'è solo la Cina. Il secondo gigante asiatico ha però delle caratteristiche economiche differenti e in molti casi opposte che richiedono approcci diversi. Un mercato con meno infrastrutture più votato ai servizi che all'industria

Non solo la Cina ma anche l'India: "Dalla conoscenza di questi due giganti e dalla nostra capacità di interagire con il loro sviluppo, senza pessimismi e senza a priori, passa buona parte del futuro dell'economia italiana e occidentale in generale", dice Alberto Forchielli, presidente di Osservatorio Asia. A parte le già numerose celebrate esperienze di imprenditori italiani nel Celeste impero, non mancano i casi di successo nemmeno in India. Sono casi limitati, perché l'India è ancora un paese relativamente impermeabile agli investimenti stranieri e perché, in ogni caso, privilegia storicamente le relazioni con il capitalismo anglosassone. Fiat e Piaggio, decenni or sono, hanno avuto ruolo di pionieri. Adesso è il tempo delle medie imprese. Carro sta terminando il raddoppio del suo stabilimento. Ma anche Merloni, Bonfiglioli. Perfetti stanno



Alberto Forchielli. A lato, un'immagine dell'India



Dopo i pionieri Fiat e Piaggio adesso altri italiani stanno arrivando

chielli.

Entrambi sono paesi in forte crescita ma con economie sostanzialmente rurali: il 50% dell'occupazione in Cina è legato all'agricoltura, in India è il 65%. Emerge poi che l'India importa manufatti e esporta servizi, mentre l'interscambio cinese è esattamente rovesciato. In India l'industria rappresenta il 25% del Pil, contro il 48% espresso dai servizi. L'industria in Cina vale il 52% del Pil, il 32% è relativo ai servizi. Il tasso di risparmio e investimento indiano è pari circa alla metà di quello cinese (che vale grosso modo il 45% del Pil). Da qui la necessità di sviluppare, in India, settori con minor contenuto di capitale, quale per esempio l'elaborazione di software. Del resto, a presiedere alle politiche di investimento in Cina sono le strategie di sviluppo elaborate dal governo. Non per nulla le prime dieci corporation cinesi sono a matrice pubblica, mentre in India nella top ten figurano solo

fortemente investendo nella penisola indiana. "India e Cina offrono opportunità del tutto differenti, non vanno intese come alternative", avverte For-

grandi gruppi privati perlopiù risalenti a ormai storici nuclei familiari (Tata, Birla, Ambani).

"L'economia indiana si sviluppa nonostante l'apparato governativo e burocratico, quella cinese è condotta per mano dalla politica", sottolinea Forchielli. In questo senso trova ragione, fra l'altro, l'estrema fragilità dei sistemi infrastrutturali e logistici indiani e, per converso, la formidabile mole di investimenti destinati dal governo cinese alla costruzione di ferrovie, porti, autostrade, aeroporti. Ma

nella scala dei fattori competitivi ci sono altri aspetti: la cultura del Diritto (si sente ancora l'impronta inglese), l'apertura dei mercati (senza dubbio più marcata in India che in Cina), il grado di efficienza del network finanziario (le banche indiane sono sane, le cinesi portano elevati tassi di sofferenze).

"Sono insomma due paesi differenti - riprende Forchielli - e sempre più fra loro integrati. E noi dobbiamo essere capaci di intercettare l'una e l'altra linea di sviluppo". Che i cinesi abbiano ben

compreso la "natura" dell'economia indiana è testimoniato dal fatto che Pechino, triplicando i volumi nell'ultimo triennio, è diventato il secondo partner commerciale di New Delhi e nel 2006 probabilmente sorpasserà gli Stati Uniti. L'India è il paese dell'outsourcing per eccellenza, dall'elaborazione di software, alle attività di back-office di banche e assicurazioni, alla manutenzione di aerei e, in questi ultimi tempi, anche di consulenze legali, mediche, finanziarie. Abn-Amro, per esempio, ha di

recente deciso di ri-localizzare in India una parte imponente del suo back-office mondiale. Accettare in India dispone di 20mila dipendenti.

La Cina come fabbrica del mondo, l'India come ufficio del mondo. E l'Italia, con l'Europa in generale, che mestiere potrà fare? "Possiamo candidarci a essere il luogo dell'ideazione e del marketing di prodotti destinati poi ai nuovi ricchi del continente asiatico - risponde Forchielli - Ma possiamo anche pensare di diventare la piattaforma europea di grandi società di servizi indiane. Possiamo essere partner di imprese indiane nella ricerca di commesse, soprattutto nell'area del Golfo, per opere infrastrutturali e di impiantistica".

La missione di Osservatorio Asia troverà una sua puntuale declinazione, nel convegno "India-Cina. La diversità come opportunità" (Bologna, 8-10 novembre). L'interesse è alto: sono attesi 1.500 imprenditori per ascoltare, fra gli altri, Rughvir Khemani (responsabile dell'antitrust alla Banca Mondiale), Akshay R. Rao (docente di marketing all'università del Minnesota), Luo Hong Bo (vicedirettore Affari europei della China Academy for Social Sciences).

PROF. PAOLO POSSAMAI