

# RADIOCOR

## 18 Marzo 2011

Il Sole 24 ORE - Radiocor

18/03/2011 - 16:33

Breaking News 24

NOTIZIARIO DEL GIORNO

### India: Tata perde con la Nano ma vince con la Jaguar - TACCUINO DA MUMBAI

di Romeo Orlandi\*

Radiocor - Milano, 18 mar - Il gruppo Tata sembra avere fallito l'esperimento della Nano - l'automobile low cost che avrebbe dovuto motorizzare l'India - ma vince su altri terreni, piu' redditizi e prestigiosi. Alla fine del prossimo anno fiscale la Jaguar Land Rover, acquistata nel 2008, iscrivera' in bilancio, secondo le previsioni, un profitto di 1 miliardo di dollari. La Tata Consulting Services, la piu' grande in India per l'outsourcing, ha rivisto in aumento i suoi piani di sviluppo, nonostante le difficolta' della committenza statunitense. In un anno aumentera' i propri addetti da 40.000 a 200.000, soprattutto nei mercati emergenti. Le rilevazioni della aziende specializzate nel valutare il marchio, considerano Tata ai primi posti nel mondo e sicuramente al vertice in India. I ricavi del gruppo sono stati lo scorso anno pari a \$ 67,4 miliardi, a fronte di un analogo valore di 26,3 nel 2007. Gli addetti sono 395.000, impiegati nelle 114 aziende del gruppo in 80 paesi. La holding, fondata nel 1868, e' riuscita inoltre ad essere soltanto lambita dalla valanga di scandali che sta colpendo il paese. Approfittando probabilmente delle debolezze altrui, ha costruito una patina di rispettabilita' e prestigio, tanto da essere spesso identificata come l'azienda simbolo dello sviluppo indiano. La sua struttura e' fortemente integrata ed a conduzione familiare. Si tratta di un caso che la letteratura economica ha rilevato frequentemente nei paesi con scarso sostegno pubblico all'industria, una normativa talvolta punitiva, od infine una debole struttura istituzionale. Il presidente Ratan Tata ha sorpassato le difficolta' ataviche del proprio paese ed ha rafforzato il suo impero pur nella sfida della globalizzazione. Quando l'India ha iniziato a smantellare, con prudenza, la rete di protezioni dell'industria nazionale, le sue aziende piu' dinamiche hanno colto questa opportunita'. Tra tutti i gruppi gestiti da famiglie tradizionali, Tata ha saputo al meglio consolidarsi all'interno ed espandersi all'estero. I settori strategici sono stati ridotti a 7: chimica, beni di consumo, energia, ITC, acciaio, ingegneria. Le acquisizioni oltre frontiera hanno avviato il motore della crescita. Dal 1995 al 2003 sono state in media una all'anno, poi 6 nel 2004, e 20 nel biennio successive, fino alla proprieta' del gigante siderurgico Corus nel 2007. Le acquisizioni sono state mirate ed inserite con giustezza nella catena del valore societaria. Sono state operazioni tra privati e talvolta hanno condotto alla quotazione in Borsa. Hanno riguardato settori altamente sofisticati oppure quelli di grande consumo come le bevande e gli alimentari. La diversificazione e la lungimiranza sono state alla base del successo. Si e' probabilmente affermato un nuovo modello, nel quale la competenza di un paese emergente ha trainato un'affermazione globale. E' stato lo stesso Ratan Tata ad affermare con il consueta sobrieta' che e' piu' facile per un imprenditore indiano avere successo in Occidente piuttosto che l'operazione contraria.

\* Presidente Comitato Scientifico Osservatorio Asia

#### SERVIZI PER GLI ABBONATI

Se desideri riconfigurare, sospendere il servizio o modificare il tuo indirizzo e-mail [clicca qui](#)  
Per assistenza contatta il Servizio Clienti: [portale@info.ilsole24ore.com](mailto:portale@info.ilsole24ore.com)

Il Sole 24 ORE - © Tutti i diritti riservati