

## Breaking News 24

NOTIZIARIO DEL GIORNO

## ● India nuova frontiera per Coca Cola - TACCUINO DA MUMBAI

di Romeo Orlandi\*

Radiocor - Milano, 28 giu - Coca Cola, uno dei simboli della globalizzazione, non poteva trascurare il mercato indiano. Anche se l'Asia orientale appare spesso refrattaria ad abbandonare i propri costumi, soprattutto quelli alimentari, la strategia dell'azienda di Atlanta non lascia dubbi. Dopo essersi impegnata per altri 1,4 miliardi di dollari in Cina nel 2011, e' pronta a trarre vantaggio della nuova apertura birmana con un prossimo investimento nel paese. L'ultimo annuncio riguarda l'India, dove investira' 5 miliardi di dollari nei prossimi 8 anni. I suoi manager sono consapevoli delle opportunita' gia' presenti nei mercati cosiddetti emergenti e della stasi di quelli maturi. Nei primi dieci anni del nuovo millennio, le vendite di Coca Cola pro-capite sono arretrate negli Stati Uniti, Canada e Germania. Sono invece esplose invece in 4 grandi mercati: Russia, Cina, Pakistan e India, rispettivamente con +390, +300, +270, +200%. Nel 1977 Coca Cola aveva deciso di abbandonare l'India dopo molti anni di permanenza. Apparivano impraticabili e lesivi della sua indipendenza le richieste del Governo. Delhi in realta' era in quegli anni dominata da una miscela di burocrazia elefantiaca, autarchia e nazionalismo. Il sistema di protezioni e licenze mal si conciliava con l'intraprendenza tipica di una societa' innervata dai postulati del libero mercato. Di fronte all'imposizione di una partnership che non gradiva, la multinazionale ha deciso di ritirarsi dal paese per tornarvi 16 anni dopo. Il mercato locale era allora dominato da prodotti autoctoni - collettivamente conosciuti come Indian Cola - tra i quali dominava la Thums Up. Nel 1993 il clima degli affari tuttavia cambia, l'India inizia ad aprirsi ai capitali stranieri e gli investimenti divengono benvenuti in un paese disperatamente alla ricerca di tecnologia moderna. Ne approfitta Pepsi Cola che 2 anni prima aveva con lungimiranza investito in 2 joint venture. Da allora la tradizionale concorrente detiene una supremazia consolidata. Le vendite di Pepsi Cola, calcolate nel suo prodotto tipico, raggiungono il 15% del mercato delle bevande gasate, rispetto al 9% della Coca Cola. Invertono invece l'ordine le vendite consolidate del gruppo, dove la Coca Cola detiene il 56% del mercato rispetto al 40% della Pepsi. Nell'accesa concorrenza tra giganti statunitensi, l'India trova dunque un beneficio: attrae capitali e tecnologia, dando in cambio la promessa realizzata di un mercato in crescita. Lo certificano gli affollati ritrovi delle metropoli, i giovani, gli studenti, i manager metropolitani, tutti attori di un'India che non rifiuta il contagio internazionale.

\* Presidente Comitato Scientifico Osservatorio Asia

Red-

## 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)