

Economia

+5%

La previsione di incremento del Pil indiano secondo l'Ufficio centrale di statistica di New Delhi

1,2

I miliardi di abitanti dell'India su un territorio che complessivamente raggiunge i 3,2 milioni di chilometri quadrati

Internazionalizzazione La società di consulenza Clarium ha aperto una sua sede a New Delhi per incrementare gli scambi commerciali

Brescia-India, crescono le occasioni di business

Il boom edilizio «chiama» i tondinari. Ma gli asiatici fanno anche shopping di aziende

Come l'Italia alla metà degli anni Cinquanta. Boom demografico, dotazione infrastrutturale completamente da reinventare, una richiesta di nuove abitazioni che ha assunto le preoccupanti dimensioni di una bolla, un sistema commerciale e distributivo che si sta riposizionando dalla prossimità alla grande dimensione standardizzata.

Sebbene l'Ufficio statistico centrale abbia abbassato le sue previsioni di crescita per la seconda volta in due settimane dal 5,8 al 5%, l'India, la più grande e popolata democrazia del mondo (3,2 milioni di chilometri quadrati per 1,2 miliardi di abitanti) è e rimarrà anche per i prossimi anni uno dei mercati su cui il mani-

Il paragone

L'India di oggi è come l'Italia della metà degli anni Cinquanta. C'è bisogno di tutto

fatturiero dovrà puntare per riequilibrare la caduta della domanda interna.

«L'India di oggi è come l'Italia del dopoguerra. C'è bisogno di tutto, c'è una forte domanda dei nostri prodotti e la mentalità imprenditoriale è molto diffusa nella popolazione» aveva detto l'anno scorso al Corriere Enrico Perego, fondatore di Octagona, società di servizi alle imprese da un decennio presente nel subcontinente. La stessa Ubi Banca ha recentemente realizzato un focus sull'India. «Il paese — si legge nell'overview realizzato da Unioncamere per la pubblicazione del volume — importa dall'Italia principalmente macchine e componenti per l'industria meccanica, macchine elettriche, prodotti chimici di base, macchine utensili, articoli siderurgici, ottici, fotografici, di misura e medicali, mentre esporta in Italia soprattutto

articoli tessili e di abbigliamento». Un interscambio che, secondo l'ultima statistica disponibile realizzata da Aib, registra una continua progressione. Nel 2010, infatti, le imprese manifatturiere a partecipazione bresciana erano 20 (su un totale nazionale di 28) con 747 dipendenti e un volume d'affari che sfiorava i 50 milioni (su un totale di 72). Valori tutto sommato contenuti, anche se il trend è in crescita. A impressionare, semmai, è la performance dell'export salito, nel 2011, del 34,2% rispetto al 2010, passando da 79 a 106 milioni. In linea anche la crescita delle importazioni: +31%, da 84 a 110 milioni.

Fra i punti di forza, per chi comincia ad affacciarsi al mercato indiano, la struttura del tessuto produttivo locale, composto da imprese più piccole rispetto alla Cina e quindi più simili a quelle italiane, e una legislazione di derivazione anglosassone che meglio si adatta agli investitori stranieri, a partire dalla tutela dei marchi e della proprietà intellettuale.

Un business, quindi, tutto da investigare. Come ha fatto la Mesdan di Puegnago (meccanotessile) o la Lucchini Rs di Lovere (siderurgia) e come oggi sta facendo la bresciana Clarium, società di consulenza che da dicembre ha aperto un suo ufficio a New Delhi. «Dopo una prima missione in India con Aib nel 2011 — spiega l'ad Paolo Chiari — abbiamo rilevato una piccola società di consulenza indiana». L'obiettivo è triplice: accom-

pagnare le imprese italiane in India, offrire alle aziende indiane un contatto per investire in Italia e in Europa, rispondere alla crescente domanda di consulenza strategica da parte delle società indiane sul mercato locale.

L'iniziativa è ancora in una fase di start up, ma Chiari, che ha distaccato a Delhi un suo uomo, conferma la validità della scommessa. «Abbiamo appena stretto un contatto con un grosso cliente indiano che sta investendo in Italia nel settore chimico. È già in fase di avanzamento il processo di acquisizione da un fallimento di un'azienda bresciana attiva nel settore».

L'impressione, per ora, è che siano più gli indiani a es-

La normativa

La legislazione di origine anglosassone meglio si adatta agli investitori stranieri

sere interessati a fare shopping low cost in Italia (si veda ad esempio il caso della Top Class, leader europeo nei compositi in vetroresina, acquisita per 10 milioni dal gruppo Kemrock di Mumbai) piuttosto che il made in Italy a incrementare la propria presenza sul subcontinente. In realtà le occasioni, anche per i bresciani, sembrano esserci. «In India la catena del freddo è da creare da zero e il nostro know how è merce preziosissima» prosegue Chiari, che poi aggiunge. «Anche i limiti logistici delle produzioni a basso valore aggiunto possono essere superati di fronte a volumi di domanda crescenti. Il tondo da cemento armato, per esempio. richiestissimo per sostenere un boom edilizio senza precedenti».

Massimiliano Del Barba
mdelbarba@corriere.it



Fra passato e futuro Il boom edilizio in una scena del film "The Millionaire" di Danny Boyle

1066

Miliardi di euro

L'export del manifatturiero bresciano verso il subcontinente indiano, salito nel 2011 del 34,2% rispetto al 2010. In crescita anche le importazioni, passate in un anno da 84 a 110 milioni di euro, con un incremento, cioè, di oltre 31 punti percentuali

I giovani dell'Ucid

Alla Omr per capire i segreti del successo

L'Araba femice emerge dalle ceneri della crisi. Titolo suggestivo per l'ultima iniziativa promossa dai giovani dell'Ucid con Bocconi alumni. Un incontro andato in scena ieri alla Omr di Rezzato per parlare di del difficile momento attraversato dalla nostra economia, ma anche

per «toccare con mano» un'impresa di successo, capace di crescere in un settore, l'automotive, che la crisi l'ha sentita eccome. Insieme al patron di Omr, Marco Bonometti, anche Carmine Treccol dell'Università di Brescia. (mott)

Un popolo e il suo sogno americano

di MANUEL BONOMO

Per affacciarsi all'India di oggi — quella che fa a gara con la Cina nella crescita a due cifre — cosa c'è di meglio del bancone di una gelateria nel cuore di Bombay? È l'esperienza che ho vissuto per due mesi due anni fa. Una saletta bianca, profumata, pulita e spazzata dall'aria condizionata. Una cassa touch-screen, due tavolini in metallo e una vasta scelta di gelato artigianale italiano, per deliziare il palato della nuova classe media indiana, figlia del boom economico. Uomini, donne e bambini. In giacca e cravatta, sari, sandali, scarpe Nike, burka o t-shirt. La gente entra, guarda e compra. E non chiede cose esotiche come cardamomo, peperoncino oppure zenzero — ma l'italianissimo cioccolato. In tutte le sue forme. E non vuole un servizio «indiano» alla buona. Lo vuole americano. Perché sono l'America e la green card a calmarli i sogni degli indiani di oggi. E allora, menu alla Starbucks, una quantità di gelato pesata con bilancino, consegne a domicilio, buoni omaggio, coni pralinati o decorati con le faccine sorridenti per i bambini. Tutto va bene, purché non ricordi il mondo di fuori, maleodorante e appiccaticcio. E il prezzo? Almeno due euro (per molti lo stipendio di un giorno). E va bene pure quello.

manuel.bonomo@icloud.com