

## Seminario Sole 24

**INDIA CINA RUSSIA : 15-16 novembre - 2° Summit - Made in Italy**

**Intervento dell' Ing. Carlo Paris**

# **Italia - India, come attrarre investimenti Indiani in Italia**

A chi di Voi non è capitato di osservare da fuori le vetrate al piombo di una cattedrale: dall'esterno appaiono nere, senza colore, le stesse viste dall'interno e illuminate dal sole brillano di mille caldi colori e sfumature. A chi di Voi non è capitato, avvicinandosi ad una chiesa, sentire dall'esterno una debole musica di organo e poi entrando sentirla entrare dentro, vibrante, forte, emozionante. A chi di Voi non è capitato, entrando in una chiesa, essere pervaso dal fumo delle candele dall'inebriante profumo di incenso. Così è l'India, dall'esterno è una realtà difficilmente comprensibile, vista e vissuta dall'interno è una realtà piena di colori, di suoni, di sensazioni, di profumi ed emozioni. È un paese che non può lasciare indifferenti, o ti respinge o ti prende magicamente. Così è l'India, un paese magico che sta crescendo altrettanto magicamente e che può diventare la seconda o terza economia del mondo. Così è l'India, un paese con il quale condividiamo molti valori, un forte senso della religione, della famiglia, della storia, della democrazia, del gusto per l'arte, per le scienze, per la tecnologia. Così è l'India, mentre si guarda dall'esterno, abbiamo la possibilità di conoscerla dall'interno di osservarla e comprenderla nel suo cambiamento così dirompente, di accompagnarla a conoscere ed investire nel nostro paese. Per attrarre investimenti indiani nel nostro paese occorre entrare nello spirito della economia indiana, guardarla dal di dentro, interpretarne i bisogni ed anticiparne le mosse.

Nel corso degli ultimi incontri in Europa, il Ministro del Commercio Estero Mr. Kamal Nath ha detto espressamente che per lavorare con l'India, l'Italia, l'Europa devono chiedere di meno ed offrire di più. Ed è questa la strada, offrire di più e offrire con qualità ed intelligenza e l'India ci aprirà le sue porte.

E' sì importante e necessario chiedere reciprocità e revisione delle barriere tariffarie, attualmente allo studio di una Commissione Mista. E' sì importante e necessario chiedere protezione sui marchi e sulla falsificazione dei prodotti, e il governo indiano ha assicurato la massima collaborazione. Ma se noi vogliamo attirare i loro investimenti nel nostro paese, occorre capire di cosa abbiano bisogno ed offrire possibilità di collaborazione.

Mentre l'Europa ne ha già sofferto, oggi l'India scopre di aver paura della Cina. Ha realizzato che dal confrontarsi con la Cina su una strategia di produzione e vendita a basso costo ne esce perdente, che i prodotti cinesi costano regolarmente meno - sia perché venduti sotto il costo di produzione sia perché sussidiati da quel sistema bancario cinese che pare presti più di 800 miliardi di dollari di crediti alle stesse aziende, in realtà non esigibili nel breve termine – che le banche indiane non possono adottare la stessa strategia delle banche cinesi.

Mentre l'Europa ne ha già sofferto, oggi l'India scopre di aver paura della Cina. Ha scoperto che la Cina sta conquistando silenziosamente ma inesorabilmente sempre più quote di mercato globale, e che rischia di controllare i prezzi mondiali di produzione delle materie prime, prima al ribasso per far fallire la concorrenza globale, e poi al rialzo per riportare liquidità nelle banche cinesi.

Mentre l'Europa sta sviluppando i suoi anticorpi, oggi l'India sta dimostrando di non volere avere più paura della Cina. Con la sua rinnovata politica di commercio internazionale, l'India ha scoperto che ce la può fare e che può diventare addirittura temibile. Sta recuperando velocemente e quando la Cina avrà problemi di invecchiamento, l'India sarà un paese ancora giovane e in crescita

Oggi Europa ed India possono scoprire di essere naturalmente alleati nel contrastare e bilanciare la competizione cinese sui mercati globali e la strategia può passare dall'unione dei migliori fattori di produzione e dei punti di forza di ognuno.

Oggi Europa ed India possono scoprire di essere naturalmente affini per storia, cultura e tradizione e diventare l'una estensione dell'altro, un comune corpo globale, con una massa critica in grado di competere con la Cina. E quando avranno fatto questo passo, potranno accorgersi che anche il Brasile, che vanta una ricchezza quasi due volte l'India, è molto simile per indole, cultura, valori, tradizioni, ed allora formare un polo di forza veramente formidabile.

Mentre oggi Europa e India si parlano, l'Italia scopre di aver perso terreno in Europa, nelle varie classifiche europee precede solo Grecia e Portogallo. Il piccolo Belgio vanta nei confronti dell'India sei volte l'interscambio commerciale tra India ed Italia

Mentre nel corso degli ultimi anni, il passato governo ha trascurato l'India fino a cancellare una visita del Premier, oggi l'Italia con le ultime missioni ha dato un segnale importante di discontinuità e scopre di volere e di potercela ancora fare e vale allora la spesa di scoprire come tornare ad attirare investimenti indiani e ricreare le condizioni per un riavvicinamento.

Di cosa ha bisogno l'India che l'Italia può offrire? In cosa possiamo aiutare lo sviluppo indiano?

Per prima cosa l'India ha bisogno di riequilibrare le quote di mercato conquistate dai cinesi, come si è visto nel settore dell'acciaio, della energia, della industria meccanica ed automobilistica, correndo a fare delle acquisizioni nel mondo, come abbiamo visto fare al gruppo Mittal o al gruppo Tata. Secondo, ha bisogno di differenziarsi rispetto alla politica low cost cinese puntando su qualità, design e innovazione.

Se, dopo l'accordo con la Fiat, l'Italia può offrire gruppi di dimensioni assai contenute, ha sicuramente qualcosa di unico al mondo da offrire all'India che gli altri paesi non hanno e non sono in grado di fare: il gusto, il senso estetico, il design, l'arte, la tradizione, la qualità, l'intelligenza, il talento, la capacità di innovare e di superare stessa nella immaginazione. Queste capacità combinate ai bassi costi di produzione che si possono realizzare in India, permettono di produrre a basso costo delle cose belle e di qualità che possono essere vendute a prezzi superiori ai prodotti cinesi con una difesa dei margini di vendita.

Combinare le capacità di progettazione, ricerca, design tipica delle aziende italiane con le capacità produttive indiane può rappresentare un mix invincibile. Riconoscere ciò come possibile e necessario, apre la strada agli investimenti indiani nel nostro paese alla ricerca di marchi, di conoscenze di marketing, di distribuzione commerciale, di innovazione di prodotto, alla ricerca di tutte le capacità imprenditoriali che hanno reso famosi gli Italiani all'estero.

Riconoscere ciò come possibile e necessario, apre la strada alle aziende italiane per assumere dimensioni transnazionali ed una massa critica in grado di reggere i requisiti di Basilea e la competizione globale.

In occasione della recente missione indiana in Italia organizzata dalla Confindustria, sono stati già individuati sei tra i settori dove esistono concrete possibilità di investimento da parte degli imprenditori indiani, il tessile, la meccatronica e l'industria automobilistica, il settore alimentare e della lavorazione dei cibi, della frutta e verdura, l'industria della oreficeria e delle gemme, l'industria della moda.

Ma esistono molti altri settori dove gli indiani potrebbero acquisire know how e tecnologia, tutti i settori della meccanica, della chimica, della farmaceutica, dei materiali da costruzione, dei prefabbricati, dei componenti di arredo, dagli accessori per il bagno come la rubinetteria, ai mobili da cucina, alle cappe, agli arredi, all'abbigliamento ed accessori di moda, dalla industria alimentare a quella del vino, del caffè, e così via.

I settori di interesse e l'interesse per i settori non mancano. Sembra invece mancare la consapevolezza di arrivare a trovare delle nuove formule societarie e di presenza sui mercati.

Nel corso del recente summit della Piccola Industria, tenutosi a Prato lo scorso mese di ottobre, gran parte della attenzione è stata giustamente rivolta alle richieste di protezione, di incentivi, di defiscalizzazione, di infrastrutture e così via, ma è mancata quasi del tutto una riflessione sulla opportunità di crescere e di puntare su alleanze strategiche con aziende indiane, preferendo la strada della distribuzione commerciale all'estero.

Ho la sensazione che, rispetto ad altri paesi, i nostri imprenditori non siano ancora pronti a mettere in gioco il controllo delle loro aziende, anche se in contropartita di un disegno più grande e duraturo. Ho la sensazione che da parte dei nostri imprenditori, il più delle volte ancora coloro che le hanno fondate da giovanissimi dopo la seconda guerra mondiale, la componente emozionale di legame con l'azienda sia molto più forte che non di altri imprenditori europei ed anglosassoni. Ho la sensazione che le aziende familiari italiane siano ancora troppo poco managerializzate per affrontare con distacco e lucidità i grandi temi di identità e di sopravvivenza. Ho la sensazione che, dopo le enunciazioni di principio, ci si fermi sul chi comandi il giorno dopo in azienda, ovvero di fronte ad un problema di leadership dove nessuno è disposto a cedere il passo. Ho la sensazione che gli individualismi italiani siano una delle vere cause degli scarsi investimenti indiani nel nostro paese, mentre le creazioni di poli e di aggregazioni sarebbero una formidabile strada per attirare nuovi capitali.

Ho la sensazione che i nostri imprenditori, il sistema economico, i movimenti sindacali, i lavoratori, non abbiano ancora afferrato e razionalizzato che alcune produzioni non siano più difendibili nel tempo e che sia meglio abbandonarle per delegarle e delocalizzarle, quantomeno in parte, in altri paesi, per privilegiare al loro posto la ricerca e l'innovazione e il design.

Questo per i settori così detti tradizionali o maturi, ma ho la sensazione che i nostri imprenditori non abbiano ancora scoperto le potenzialità di creazione del valore in nuovi settori quali i nuovi materiali, le energie rinnovabili, l'agro-business, le nano-tecnologie, il bio-tech. Tutti settori dove potremmo avviare dei progetti congiunti di ricerca e di innovazione, con il co-finanziamento del 7° progetto quadro della Commissione Europea, ed attirare nuovi posti di lavoro.

In definitiva, questo è il momento per dire sì agli investimenti da parte dell'India. Ma cominciamo col dire perché non da parte dei cinesi e non in Cina. Innanzitutto, perché per fare affari con la Cina ormai è tardi: fino a qualche anno fa c'era maggior bisogno e maggior potere negoziale, oggi c'è un eccesso di offerta e l'attenzione dei cinesi è solo per grandi progetti infrastrutturali o per l'energia. Le joint-ventures con la Cina sono statisticamente fallite: ci sono problemi seri di controllo, di protezione del know how e delle fonti di approvvigionamento, sono in molti ad aver trasferito

tecnologia e formazione per vedersela scappare nel giro di poco tempo . Chi sa comprare in Cina compra molto bene ma poi si scontra con problemi di qualità, di affidabilità, di contrattualistica, di comprensione, di lingua, di cultura e di attitudine. La Cina ha poi un sistema bancario difficile e infine un tasso di invecchiamento superiore all'India. . I cinesi salgono dal basso, in un'ascesa lenta che si mangia gradino per gradino, si affidano solo a negozianti cinesi, il più delle volte pagano in contanti e lentamente il sistema Italia si ritroverà in mani cinesi. Gli Indiani si muovono ad un livello più alto, non con una logica di predatori ma di alleati. Per vincere la competizione cinese, occorre unire le forze e mettere in campo la tradizione industriale italiana, e occidentale in genere, la capacità progettuale, la tecnologia, il gusto, la creatività, il design, la conoscenza dei mercati, insomma tutto il nostro patrimonio, insieme ai fattori di produzione e alle economie di scala che si possono trovare non solo in India, ma anche in Pakistan o in Bangladesh.

Molti invece i fattori che inducono a guardare all'India, un popolo più affine al nostro, più anglosassone, più affidabile. La lingua è l'inglese, la contrattualistica è inglese. La cultura ci è più vicina, c'è una maggior tradizione di gusto e di eleganza, il sistema bancario è efficiente, c'è una maggior evoluzione tecnologica. E' un paese ricco, giovane. E soprattutto è il momento giusto.

L'idea è quella di offrire un nuovo modello che possa essere la soluzione vincente per uscire da una difficile situazione di piccole e medie aziende italiane condannate alla chiusura dalla competitività del paese emergenti. Noi proponiamo agli indiani una ricetta: anziché competere con i cinesi in una fascia low cost, più che realizzare delle partnership con dei fornitori, creiamo un'alleanza con i marchi occidentali. Il rapporto di alleanza porta il fornitore a investire sul rapporto stesso, così c'è la fidelizzazione dell'investitore. Noi proponiamo alle famiglie italiane di rimanere nell'ambito societario delle nuove joint-ventures, mantenendo intatte le funzioni aziendali, ma di delocalizzare le fasi di produzione che è conveniente portare in India, lasciando in Italia la produzione di nicchia e gli stadi di rifinitura per dare al prodotto il pieno connotato di "Made in Italy". Il marchio italiano giustifica così un prezzo più alto di quello offerto dalla concorrenza cinese e l'abbassamento dei costi di produzione consente un margine superiore. Peraltro, ormai è illusorio pensare di difendere posti di lavoro di semplice produzione : occorre riconvertire puntando su qualità e innovazione. Spostare la produzione all'estero è solo un palliativo, bisogna poi muoversi continuamente e si finisce col spostare la competitività senza risolverla.

Per vincere la competizione con la Cina, occorre quindi superare il rapporto azienda-fornitore e attrarre nuovi investimenti dall'India per disegnare delle nuove società indo-europee, indo-italiane, che raggiungano una dimensione critica per andare in Borsa e poter rinascere.

Un esempio? "mentre tutto il tessile in Europa è in seria crisi, la chiusura di piccole e medie imprese sembra progressiva e inesorabile, e in Italia si sono registrate alcune difficoltà per la competizione cinese, abbiamo avviato alcune trattative tra investitori indiani ed aziende italiane nel settore tessile e della biancheria della casa. A fronte di gruppi indiani che ormai si muovono per acquisizioni di grande entità, e di una realtà italiana molto frammentata e di aziende di piccole dimensioni, l'idea che abbiamo avuto è stata quella di aggregare alcune aziende italiane di qualità e marchi elevati per creare una massa dimensionale interessante per l'investitore indiano. L'obiettivo finale è quello di raggiungere un fatturato globale di settore almeno di 1-2 miliardi di euro per arrivare a dare una prospettiva di quotazione sui mercati finanziari, e con i proventi andare realizzare altre acquisizioni. La risposta delle aziende inizialmente è stata di netto rifiuto per il timore appunto di perdere il controllo. Noi insistiamo su questa strada, del resto è preferibile essere proprietari d una fetta più piccola che fa parte però di una torta più grande. Insomma meglio avere il 49% di qualcosa che cresce piuttosto che il 100% di qualcosa che muore"

Io ne sono convinto e di questa idea ne vorrei fare una missione, un progetto che investe Italia e India in una collaborazione che, almeno nelle intenzioni, può aiutarci a difendere i nostri posti di lavoro creandone continuamente dei nuovi e portarci a vincere la competizione cinese.