

*Nei primi sei mesi del 2011 l'export bresciano ha fatto registrare un +46.9%*

## La Leonessa in prima fila negli scambi con l'India

**M**artedì 18 ottobre alla Camera dei deputati si è tenuto l'India Day. L'evento era finalizzato a promuovere lo scambio politico e culturale tra l'Italia e il Paese asiatico e ha visto la presenza di un lunghissimo elenco di autorità e rappresentanti del mondo economico, presentati e coordinati dal giornalista de Il Sole 24 ore Stefano Folli, tra questi: Mario Valducci (presidente del gruppo parlamentare di amicizia Italia-India), Shri Debarata Saha (ambasciatore d'India in Italia), Franco Frattini (ministro degli Esteri), Paolo Romani (ministro dello Sviluppo economico), Massimo Sarmi (ad di Poste), Mauro Moretti (ad di Ferrovie), Giancarlo Innocenti (presidente di Invitalia), Giuseppe Campanella (presidente di Fondamenta and Futura Invest), James Fontanella-Khan (corrispondente del Financial Times in India) e Ajay Hinduja, a capo della omonima compagnia indiana.

L'occasione è servita per presentare la neonata Surya partners, una boutique di advisory con struttura snella, meno di dieci persone, italiani e indiani, nei due uffici di Milano e Mumbai. Tra coloro che hanno dato un contributo decisivo alla riuscita dell'iniziativa (con Hinduja, Fondamenta e Futura invest), infatti, c'è anche la società bresciana di consulenza strategica e holding focalizzata sulle operazioni di seed e start-up HPNG guidata da Antonio Panigalli che partecipa indirettamente al capi-

**di Ferdinando Magnino**



*Ferdinando Magnino*

tale delle società citate. Scopo della newco lavorare nel m&a e nelle joint-venture transfrontaliere tra la Penisola e il subcontinente. Un progetto che mette in contatto d'affari, seppure per via indiretta, la Fondazione Cariplo di Giuseppe Guzzetti e una delle dinastie più facoltose dell'India, quella degli Hinduja, un patrimonio stimato di 8 miliardi di dollari che include la Gulf oil (petrolchimica) e la Ashok Leyland (veicoli commerciali). Promotore della Surya partners è infatti Futura invest, il veicolo in cui Cariplo (ha il 58% del capitale) ha fatto confluire i propri investimenti di private equity al pari di Enasarco (17%), degli Amenduni (5,5%), Mediolanum vita (2%) e del family office di Ennio Doris (1,9%). Direttamente coinvolto nella nuova

merchant bank italo-indiana è anche il team di gestione di Futura invest e del fund of fund Fondamenta sgr, guidato da Giuseppe Campanella e Alberto Argnani nel cui board siede il bresciano Antonio Panigalli. Sia futura sia i manager hanno sottoscritto il 20% di Surya partners, così come ha fatto Francesco Giovannini, il consulente finanziario romano che ha allacciato i contatti con il gruppo indiano. Non è la prima volta che i quattro fratelli Hinduja incrociano controparti italiane. In anni passati avevano studiato l'acquisto di Finsiel, poi valutato il dossier Telecom Italia quando uscì Olimpia, infine conteso a Exor il private banking di Kbl. Ma questa è la prima volta che si concretizza una partnership, seppure limitata ai servizi di corporate finance. La dinastia avrà il 40% della nuova boutique sottoscritto attraverso la Hinduja bank, sede a Ginevra e filiali in mezza Europa e Middle East. È il braccio d'affari guidato da Prakash Hinduja, residenza in Svizzera, terzogenito dei quattro fratelli, mentre Srichand e Gopichan hanno base a Londra e il più giovane Ashok a Mumbai.

Nella sua struttura e nei suoi obiettivi, SURYA tende in effetti a riflettere la nuova fase dell'economia indiana. Non più o non solo l'India dell'export, ma l'India sempre più protagonista del "go global", delle aziende che dopo avere raggiunto una certa taglia e capacità si sentono motivate per investire sui mer-

## Interscambio commerciale (\*) dell'Italia con l'India (valori in milioni di euro)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Gen.-Set. 2009	Gen.-Set. 2010 (**)
<b>Export Italia in India</b>	<b>1.007</b>	<b>1.034</b>	<b>1.034</b>	<b>1.097</b>	<b>1.273</b>	<b>1.679</b>	<b>2.166</b>	<b>2.995</b>	<b>3.090</b>	<b>2.735</b>	<b>1.896</b>	<b>2.313</b>
% su export totale Italia	0,39	0,38	0,38	0,41	0,45	0,56	0,65	0,82	0,84	0,94	0,88	0,94
Variazione % rispetto al periodo precedente	30,8	2,7	0	6,1	16,1	31,8	29	38,3	3,2	-11,5	-	22
<b>Import Italia dall'India</b>	<b>1.626</b>	<b>1.668</b>	<b>1.587</b>	<b>1.682</b>	<b>2.027</b>	<b>2.201</b>	<b>2.976</b>	<b>3.388</b>	<b>3.429</b>	<b>2.904</b>	<b>2.202</b>	<b>2.786</b>
% su import totale Italia	0,63	0,63	0,61	0,64	0,71	0,71	0,84	0,91	0,9	0,98	1	1,05
Variazione % rispetto al periodo precedente	33,2	2,6	-4,9	6	20,5	8,6	35,2	13,9	1,2	-15,3	-	26,5
<b>Interscambio totale</b>	<b>2.633</b>	<b>2.702</b>	<b>2.621</b>	<b>2.779</b>	<b>3.300</b>	<b>3.879</b>	<b>5.142</b>	<b>6.383</b>	<b>6.519</b>	<b>5.640</b>	<b>4.098</b>	<b>5.099</b>
% su interscambio totale Italia	0,51	0,5	0,49	0,53	0,58	0,64	0,75	0,86	0,87	0,96	0,94	1
Variazione % rispetto al periodo precedente	32,3	2,6	-3	6	18,8	17,6	32,5	24,1	2,1	-13,5	-	24,4
<b>Saldi</b>	<b>-618</b>	<b>-633</b>	<b>-553</b>	<b>-585</b>	<b>-753</b>	<b>-522</b>	<b>-809</b>	<b>-393</b>	<b>-340</b>	<b>-169</b>	<b>-306</b>	<b>-473</b>
Saldi normalizzati (^)	-23,5	-23,4	-21,1	-21,1	-22,8	-13,5	-15,7	-6,2	-5,2	-3	-7,5	-9,3

(^) Il saldo normalizzato è il rapporto percentuale tra il saldo e la somma delle esportazioni e delle importazioni

(\*) I dati del 2010 sono provvisori

(\*\*) Per l'India i dati di interscambio dell'Italia sono disponibili fino a settembre 2010.

Per tale periodo non sono disponibili tuttavia i dati a livello settoriale e territoriale.

Fonte: elaborazione Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat

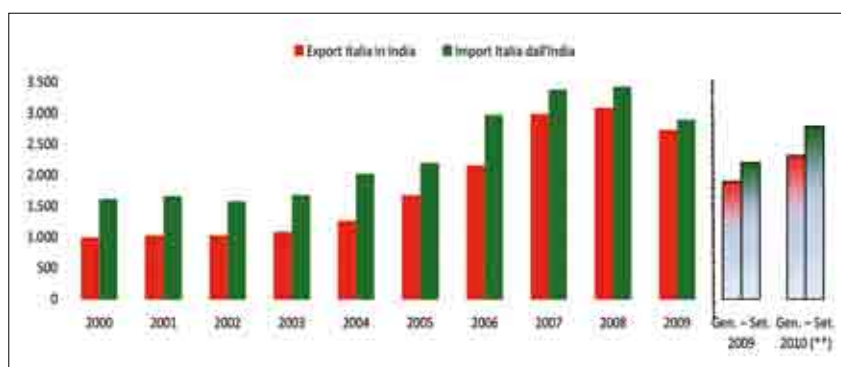
cati maturi dove acquisire in tempi rapidi capacità tecnologiche e marchi di prestigio, da utilizzare per rafforzarsi ulteriormente sul grande mercato interno o per proseguire l'espansione fuori confine. Negli ambiziosi piani indiani, Mumbai è destinata a diventare una capitale finanziaria globale. È quindi molto importante imparare a lavorare con i capitali indiani, sia in questa fase di lenta e faticosa uscita dalla crisi economica internazionale, sia in una prospettiva di rilancio. Gli indiani non concedono nulla, sono grandi negozianti, ma hanno le idee chiare e hanno i mezzi. Le operazioni che saranno realizzate in futuro saranno numerose, perché l'India ha una forza che può aiutare a superare i nostri impasse. L'obiettivo è quello di dare una risposta alle

necessità delle imprese, italiane ed europee, che stanno considerando una delocalizzazione, ma che non vogliono mettere a rischio enormi patrimoni di lavoro, tecnologie e know how.

Surya dà anche risposta alle esigenze emergenti delle aziende indiane, investitori sempre più affermati sull'arena internazionale, alla ricerca



di sbocchi distributivi e, soprattutto di brand forti e tecnologie affermate. La strategia della società, assolutamente inedita e innovativa, si sviluppa su 2 vettori: Italy-to-India (investimenti in aziende italiane a



**Esportazioni dell'Italia in India suddivise per settori o di attività economica (valori in milioni di euro)**

	2008	% export totale India	2009	% export totale India	Gen. Ago. 2009	% export totale India	2010	% export totale India
AA01 Prodotti agricoli, animali e della caccia	6,6	0,2	7,0	0,3	3,9	0,2	4,8	0,2
AA02 Prodotti della sivecoltura	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
AA03 Prodotti della pesca e dell'acquacoltura	1,1	0,0	1,1	0,0	0,8	0,0	0,6	0,0
BB07 Minerali metalliferi	1,2	0,0	0,8	0,0	0,4	0,0	0,4	0,0
BB08 Altri minerali da cave e miniere	26,0	0,8	29,1	1,1	19,0	1,1	36,6	1,8
CA10 Prodotti alimentari	16,4	0,5	16,4	0,6	10,4	0,6	16,7	0,8
CA11 Bevande	2,6	0,1	1,9	0,1	1,3	0,1	1,3	0,1
CB13 Prodotti tessili	45,1	1,5	33,9	1,2	22,1	1,3	26,8	1,3
CB14 Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	13,6	0,4	8,9	0,3	5,5	0,3	9,4	0,5
CB15 Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	68,3	2,2	60,5	2,2	37,2	2,2	46,1	2,2
CC16 Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili), articoli in paglia e materiali d'intreccio	10,9	0,4	9,7	0,4	6,5	0,4	8,1	0,4
CC17 Carta e prodotti di carta	47,8	1,5	36,4	1,3	25,7	1,5	27,0	1,3
CC18 Prodotti della stampa e della riproduzione di supporti registrati	0,9	0,0	0,7	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0
CD19 Coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	24,5	0,8	8,1	0,3	5,5	0,3	5,9	0,3
CE20 Prodotti chimici	216,2	7,0	207,1	7,6	137,5	8,2	183,5	8,9
CF21 Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	56,5	1,8	64,3	2,4	31,7	1,9	50,5	2,5
CG22 Articoli in gomma e materie plastiche	53,0	1,7	55,0	2,0	33,8	2,0	48,1	2,3
CG23 Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	59,3	1,9	39,4	1,4	23,9	1,4	32,4	1,6
CH24 Prodotti della metallurgia	243,5	7,9	198,4	7,3	109,0	6,5	152,8	7,4
CH25 Prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	159,9	5,2	212,6	7,8	141,5	8,4	93,5	4,5
CI26 Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi	193,3	6,3	164,6	6,0	104,4	6,2	89,1	4,3
CJ27 Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche	154,9	5,0	143,3	5,2	89,9	5,3	88,7	4,3
CK28 Macchinari e apparecchiature NCA	1.335,3	43,2	1.144,9	41,9	681,1	40,4	897,1	43,7
CL29 Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	193,7	6,3	136,1	5,0	87,6	5,2	123,5	6,0
CL30 Altri mezzi di trasporto	57,0	1,8	42,5	1,6	34,8	2,1	19,0	0,9
CM31 Mobili	30,1	1,0	29,7	1,1	16,7	1,0	27,5	1,3
CM32 Prodotti delle altre industrie manifatturiere	55,2	1,8	49,6	1,8	31,0	1,8	39,6	1,9
EE38 Prodotti delle attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti, prodotti dell'attività di recupero dei materiali	13,6	0,4	28,1	1,0	20,5	1,2	23,2	1,1
JA58 Prodotti delle attività editoriali	3,0	0,1	3,4	0,1	2,4	0,1	1,9	0,1
JA59 Prodotti delle attività di produzione cinematografica, video e programmi televisivi, registrazioni musicali e sonore	0,2	0,0	1,7	0,1	0,2	0,0	0,1	0,0
MC74 Prodotti delle attività professionali, scientifiche e tecniche	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
RR90 Prodotti delle attività creative e d'intrattenimento	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0

*I dati del 2010 sono provvisori - Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat  
Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 2 cifre - Divisioni*

## Esportazioni dell'Italia in India suddivise per regione di provenienza (valori in milioni di euro)

	2008	% export totale India	2009	% export totale India	Gen. Giu. 2009	% export totale India	Gen. Giu. 2010	% export totale India
<b>Italia Nord occidentale</b>	<b>1.521</b>	<b>49,2</b>	<b>1.376</b>	<b>50,3</b>	<b>607</b>	<b>49,8</b>	<b>739</b>	<b>49,1</b>
Piemonte	329	10,7	239	8,8	95	7,8	128	8,5
Valle d'Aosta	2	0,1	1	0,0	0	0,0	1	0,1
Lombardia	1.092	35,3	973	35,6	418	34,3	562	37,4
Liguria	97	3,1	163	6,0	94	7,7	47	3,1
<b>Italia Nord orientale</b>	<b>896</b>	<b>29,0</b>	<b>828</b>	<b>30,3</b>	<b>370</b>	<b>30,3</b>	<b>463</b>	<b>30,8</b>
Trentino Alto Adige	21	0,7	18	0,7	5	0,4	17	1,2
Veneto	317	10,3	293	10,7	122	10,0	166	11,0
Friuli Venezia Giulia	133	4,3	195	7,1	102	8,4	104	6,9
Emilia Romagna	426	13,8	321	11,7	141	11,5	175	11,7
<b>Italia centrale</b>	<b>519</b>	<b>16,8</b>	<b>356</b>	<b>13,0</b>	<b>155</b>	<b>12,7</b>	<b>226</b>	<b>15,0</b>
Toscana	264	8,5	168	6,1	71	5,8	91	6,1
Umbria	31	1,0	41	1,5	13	1,1	42	2,8
Marche	127	4,1	95	3,5	45	3,7	59	3,9
Lazio	97	3,2	52	1,9	25	2,1	35	2,3
<b>Mezzogiorno</b>	<b>149</b>	<b>4,8</b>	<b>174</b>	<b>6,4</b>	<b>87</b>	<b>7,1</b>	<b>76</b>	<b>5,0</b>
Abruzzo	22	0,7	23	0,8	11	0,9	9	0,6
Molise	1	0,0	1	0,0	1	0,1	1	0,1
Campania	47	1,5	59	2,2	31	2,5	13	0,9
Puglia	51	1,7	55	2,0	29	2,4	31	2,0
Basilicata	5	0,2	3	0,1	0	0,0	2	0,1
Calabria	5	0,2	4	0,1	2	0,2	1	0,1
Sicilia	12	0,4	12	0,4	7	0,6	5	0,3
Sardegna	6	0,2	17	0,6	6	0,5	13	0,9
<b>Diverse o non specificate</b>	<b>4</b>	<b>0,1</b>	<b>1</b>	<b>0,0</b>	<b>1</b>	<b>0,1</b>	<b>1</b>	<b>0,1</b>

I dati del 2010 sono provvisori

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat

I fratelli Hinduja



Giuseppe Guzzetti



Antonio Panigalli

supporto di progetti di espansione in India) e India-to-Italy (investimenti in aziende indiane a supporto di progetti di espansione in Italia/Europa).

### La tutela del "made in Italy"

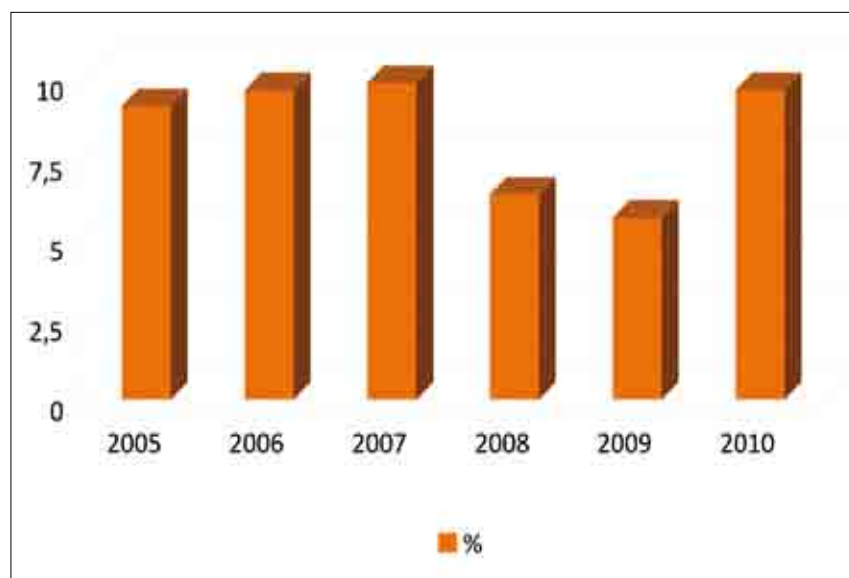
Il flusso di investimenti si farà sempre più consistente nei prossimi anni, e la società potrà assolvere alla funzione di tutela del "made in Italy", ossia delle imprese italiane nei loro

## Principali prodotti esportati dall'India - Anno 2009

Prodotto	Milioni di dollari USA	Peso % su export totale India	Quota mondiale %	Principali mercati di destinazione del prodotto	
				Paesi	quota %
Perle fini o coltivate, pietre preziose (gemme), pietre semipreziose (fini) o simili, metalli preziosi, metalli placcati o ricoperti di metalli preziosi e lavori di queste materie; minuterie di fantasia; monete	35.598,0	18,4	10,8	1) E.A.U. 2) Hong Kong	46,7 17,1
Combustibili minerali, oli minerali e prodotti della loro distillazione, sostanze bituminose, cere minerali	24.021,7	13,6	1,6	1) Paesi Bassi 2) E.A.U.	15,1 12,9
Macchine, apparecchi e materiale elettrico e loro parti, apparecchi per la registrazione o la riproduzione del suono, apparecchi per la registrazione e la riproduzione delle immagini e del suono per la televisione e parti ed accessori di questi apparecchi	9.618,7	5,4	0,6	1) Stati Uniti 2) E.A.U.	14,7 7,2
Reattori nucleari, caldaie, macchine, apparecchi e congegni meccanici, parti di queste macchine o apparecchi	7.166,5	4,1	0,5	1) Stati Uniti 2) E.A.U.	13,1 7,7
Prodotti chimici organici	6.967,4	3,9	2,4	1) Stati Uniti 2) Cina	14,3 6,6

Fonte: ITC - International Trade Center - Classificazione utilizzata: nomenclatura combinata (SH2) - Capitoli

## Andamento del PIL in India - Periodo 2005-2010



Fonte: FMI, World Economic Outlook Database, ottobre 2010

aspetti più qualificativi (marketing, design, engineering, ecc.).

L'approccio al mercato sarà generalista, ma principalmente industriale, in nicchie dove una partnership Europa-India possa creare valore aggiunto. Le esportazioni indiane verso l'Italia sono in continua e forte crescita. L'export indiano interessa anche settori (la meccanica, l'abbigliamento, le calzature, i mobili, ecc.) da sempre considerati "roccaforti" del made in Italy.

Peraltro, il sistema India si basa su punti di forza diversi e, spesso, complementari a quelli italiani: se l'Italia punta su capacità innovativa e creatività, l'India offre soprattutto

**Importazioni in Italia dall'India suddivise per settori di attività economica (valori in milioni di euro)**

		2008	% import totale dall'India	2009	% import totale dall'India	Gen. Ago. 2009	% import totale dall'India	Gen. Ago. 2010	% import totale dall'India
AA01	Prodotti agricoli animali e della caccia	118,5	3,5	96,9	3,3	65,7	3,4	78,1	3,2
AA02	Prodotti della silvicoltura	1,9	0,1	1,4	0	0,9	0,0	1,2	0,0
AA03	Prodotti della pesca e dell'acquacoltura	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,1	0,0
BB07	Minerali metalliferi	2,4	0,1	3,5	0,1	1,8	0,1	3,2	0,1
BB08	Altri minerali da cave e miniere	85,7	2,5	47,4	1,6	33,6	1,7	33,9	1,4
CA10	Prodotti alimentari	141,7	4,1	113,8	3,9	71,0	3,6	85,6	3,5
CA11	Bevande	0,3	0,0	0,4	0	0,2	0,0	0,2	0,0
CC12	Tabacco	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>CB13</b>	<b>Prodotti tessili</b>	<b>347,9</b>	<b>10,1</b>	<b>276,9</b>	<b>9,5</b>	<b>176,2</b>	<b>9,0</b>	<b>215,6</b>	<b>8,9</b>
<b>CB14</b>	<b>Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)</b>	<b>413,8</b>	<b>12,1</b>	<b>409,8</b>	<b>14,1</b>	<b>301,8</b>	<b>15,4</b>	<b>296,7</b>	<b>12,3</b>
<b>CB15</b>	<b>Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili</b>	<b>332,0</b>	<b>9,7</b>	<b>249,3</b>	<b>8,6</b>	<b>177,1</b>	<b>9,1</b>	<b>205,4</b>	<b>8,5</b>
CC16	Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	5	0,1	4,0	0,1	2,2	0,1	2,9	0,1
CC17	Carta e prodotti di carta	3,3	0,1	2,3	0,1	1,4	0,1	2,3	0,1
CC18	Prodotti della stampa e della riproduzione di supporti registrati	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD19	Coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	48,0	1,4	128,5	4,4	77,8	4,0	261,9	10,8
<b>CE20</b>	<b>Prodotti chimici</b>	<b>322,2</b>	<b>9,4</b>	<b>272,5</b>	<b>9,4</b>	<b>176,9</b>	<b>9,0</b>	<b>250,4</b>	<b>10,4</b>
CF21	Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	70,2	2,0	54,7	1,9	36,0	1,8	47,6	2,0
CG22	Articoli in gomma e materie plastiche	95,0	2,8	63,6	2,2	44,7	2,3	40,6	1,7
CG23	Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	55,2	1,6	43,9	1,5	29,3	1,5	36,4	1,5
CH24	Prodotti della metallurgia	443,8	12,9	240,4	8,3	162,5	8,3	203,7	8,4
CH25	Prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	114,0	3,3	75,7	2,6	50,5	2,6	54,2	2,2
CI26	Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchiature elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi	57,7	1,7	45,2	1,6	32,4	1,7	64,5	2,7
CJ27	Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche	55,7	1,6	46,9	1,6	30,7	1,6	41,7	1,7
CK28	Macchinari ed apparecchiature nca	220,8	6,4	149,0	5,1	105,4	5,4	112,0	4,6
<b>CL29</b>	<b>Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</b>	<b>248,7</b>	<b>7,3</b>	<b>419,3</b>	<b>14,4</b>	<b>272,8</b>	<b>13,9</b>	<b>255,7</b>	<b>10,6</b>
<b>CL30</b>	<b>Altri mezzi di trasporto</b>	<b>31,4</b>	<b>0,9</b>	<b>30,2</b>	<b>1</b>	<b>23,3</b>	<b>1,2</b>	<b>23,7</b>	<b>1,0</b>
CM31	Mobili	18,8	0,5	13,4	0,5	9,5	0,5	9,9	0,4
CM32	Prodotti delle altre industrie manifatturiere	178,6	5,2	98,9	3,4	62,3	3,2	79,9	3,3
EE38	Prodotti delle attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti, prodotti dell'attività di recupero dei materiali	3,9	0,1	2,3	0,1	1,9	0,1	1,2	0,0
JA58	Prodotti delle attività editoriali	1,8	0,1	1,0	0	0,6	0,0	0,8	0,0
JA59	Prodotti delle attività di produzione cinematografica, video e programmi televisivi, registrazioni musicali e sonore	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
RR90	Prodotti delle attività creative, artistiche e d'intrattenimento	0,8	0,0	0,3	0	0,2	0,0	0,3	0,0
RR91	Prodotti delle attività di biblioteche, archivi, musei e di altre attività culturali	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
SS96	Prodotti delle altre attività di servizi per la persona	9,1	0,3	9,8	0,3	6,0	0,3	5,0	0,2
VV89	Merci dichiarate provviste di bordo, merci nazionali di ritorno e respinte, merci varie	1,1	0,0	2,7	0,1	2,0	0,1	4,9	0,2

*I dati del 2010 sono provvisori - Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat  
Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 2 cifre - Divisioni*

## Importazioni in Italia dall'India suddivise per regione di destinazione (valori in milioni di euro)

	2008	% import totale dall'India	2009	% import totale dall'India	Gen. Giu. 2009	% import totale dall'India	Gen. Giu. 2010	% import totale dall'India
<b>Italia Nord occidentale</b>	<b>1.587</b>	<b>46,3</b>	<b>1.449</b>	<b>49,9</b>	<b>751</b>	<b>49,6</b>	<b>850</b>	<b>46,8</b>
Piemonte	282	8,2	260	8,9	134	8,9	170	9,4
Valle d'Aosta	1	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Lombardia	1.197	34,9	1.089	37,5	577	38,1	567	31,3
Liguria	107	3,1	100	3,4	40	2,6	113	6,2
<b>Italia Nord orientale</b>	<b>978</b>	<b>28,5</b>	<b>746</b>	<b>25,7</b>	<b>388</b>	<b>25,6</b>	<b>529</b>	<b>29,1</b>
Trentino Alto Adige	63	1,8	45	1,6	25	1,7	15	0,8
Veneto	531	15,5	409	14,1	208	13,7	324	17,8
Friuli Venezia Giulia	60	1,7	44	1,5	19	1,2	26	1,4
Emilia Romagna	324	9,5	248	8,5	136	9,0	164	9,0
<b>Italia centrale</b>	<b>613</b>	<b>17,9</b>	<b>453</b>	<b>15,6</b>	<b>248</b>	<b>16,4</b>	<b>286</b>	<b>15,8</b>
Toscana	274	8,0	216	7,5	119	7,9	128	7,1
Umbria	20	0,6	17	0,6	9	0,6	9	0,5
Marche	106	3,1	68	2,4	37	2,4	57	3,1
Lazio	213	6,2	152	5,2	84	5,5	92	5,0
<b>Mezzogiorno</b>	<b>252</b>	<b>7,3</b>	<b>255</b>	<b>8,8</b>	<b>127</b>	<b>8,4</b>	<b>150</b>	<b>8,2</b>
Abruzzo	27	0,8	38	1,3	15	1,0	17	0,9
Molise	4	0,1	8	0,3	4	0,3	3	0,1
Campania	128	3,7	131	4,5	68	4,5	76	4,2
Puglia	53	1,5	43	1,5	23	1,5	26	1,4
Basilicata	2	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Calabria	4	0,1	3	0,1	2	0,1	3	0,2
Sicilia	29	0,8	25	0,9	10	0,7	22	1,2
Sardegna	4	0,1	6	0,2	4	0,2	3	0,2
<b>Diverse o non specificate</b>	<b>1</b>	<b>0,0</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>

I dati del 2010 sono provvisori

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat

capacità produttiva a costi contenuti. L'elevato tasso di crescita dell'economia indiana genera una domanda crescente di beni di investimento e di opere infrastrutturali.

L'incremento del potere d'acquisto genera un mercato potenziale straordinario per i prodotti di consumo. Già adesso, le importazioni indiane crescono ad un tasso quasi analogo a quello delle esportazioni, lasciando intravedere enormi potenzialità per le aziende occidentali.

I bassi costi dei fattori produttivi costituiscono un'opportunità - tramite la



delocalizzazione - per mantenere la competitività anche sulle produzioni a minor valore aggiunto.

Le opportunità offerte dal mercato indiano non sembrano essere state adeguatamente sfruttate dalle aziende italiane, né in termini di export né - soprattutto - in termini di investimenti diretti.

Le aziende italiane, anche a causa delle ridotte dimensioni medie e della forte incidenza di imprese a carattere familiare, faticano a intraprendere un percorso di internazionalizzazione sistematico e non basato su una logica "mordi e fuggi". Surya si propone come lo strumento per fornire alle aziende italiane la managerialità necessaria a colmare il gap, aiutando così il "sistema Italia" a cogliere tutti i benefici dello straordinario sviluppo economico indiano. La componente italiana of-

fre il suo apporto attraverso il proprio bagaglio di creatività, qualità e capacità di innovazione riconosciute come elemento distintivo e qualificante a livello mondiale. La componente indiana contribuisce con la propria leadership manifatturiera, e la capacità di penetrazione dello sterminato mercato locale.

Surya non avrà uno specifico focus settoriale, in quanto il criterio principale nella scelta degli investimenti sarà l'esistenza di sinergie tra lo sfruttamento della capacità produttiva indiana a basso costo e la tecnologia/know how europei.

L'attenzione sarà comunque rivolta soprattutto al comparto industriale, e in particolare, ad aziende italiane leader in nicchie di mercato, ovvero ad aziende indiane con un'elevata crescita attesa, in settori quali ad esempio:

- nicchie del settore meccanico;
- componenti per energia rinnovabile;

- apparecchiature elettroniche, sistemi d'automazione;
- beni di largo consumo con forti barriere all'entrata;
- nicchie di alta gamma nel settore moda/abbigliamento;
- segmenti della logistica.

Nei primi sei mesi del 2011 l'export bresciano verso il subcontinente indiano è stato di 69,3 milioni di euro, con un più 46,9% rispetto allo stesso periodo del 2010 e di oltre il 63% sul 2009. Incrementi ben al di sopra delle cifre regionali e nazionali. Una dinamica che è favorita dal forte interesse indiano per l'automotive, un settore che in India vale 38 miliardi di dollari e che vede Brescia primeggiare in Italia ed Europa. Si tratta infatti di un comparto che, nella Leonessa, fattura 5 miliardi l'anno, coinvolge 20mila addetti per circa 300 aziende e rappresenta il 40% dell'export bresciano.

**Ferdinando Magnino**  
Dottore Commercialista

