

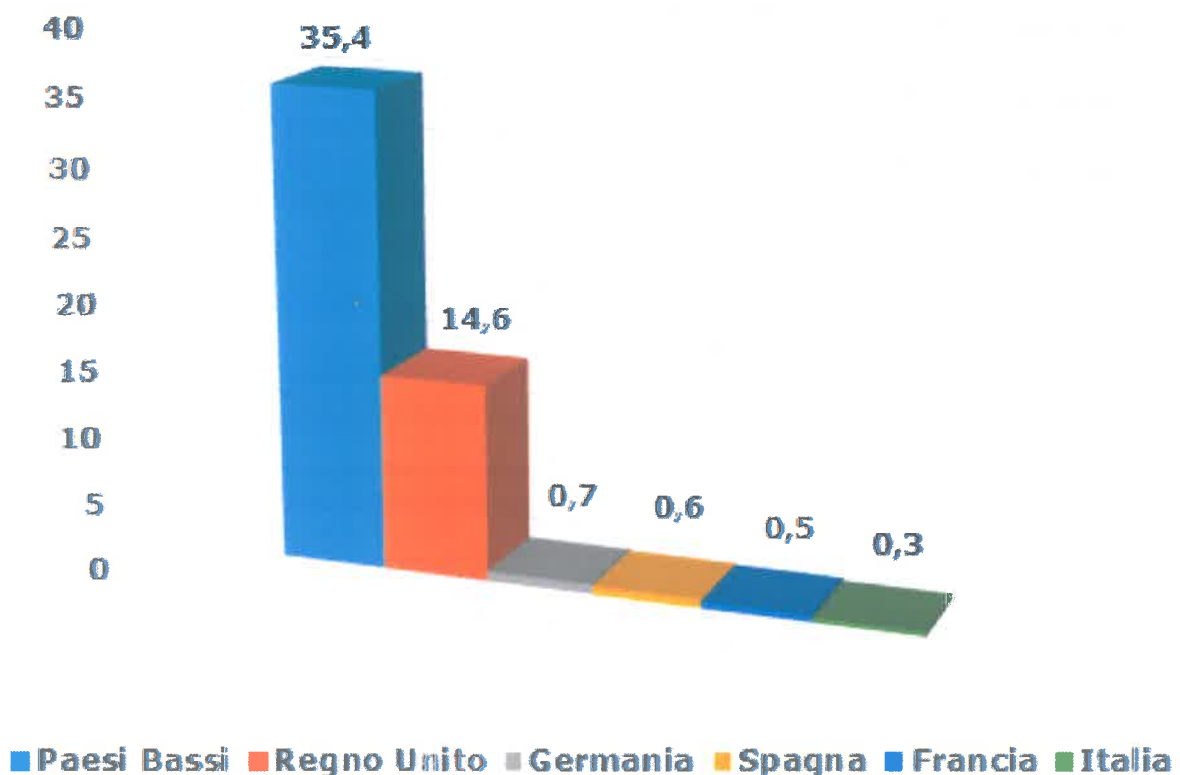


*"It can be said, certainly, with equal justice, that the Italians are the Indians of Europe, but you do understand me, I think. There is so much Italian in the Indians, and so much Indians in the Italians".* La famosa frase dello scrittore Gregory David Roberts nel famoso libro "Shantaram" riassume il tema delle **affinità culturali tra italiani e indiani**, che spesso ricorre nella narrazione delle relazioni tra i due Paesi. Ma quanto c'è di vero in questa osservazione? E in che modo questa presunta affinità culturale può fungere da leva nei rapporti di business e da catalizzatore di investimenti per la nostra economia in perenne difficoltà?

Per avere una fotografia precisa di quella che è **la natura dei nostri rapporti con l'India**, volgiamo lo sguardo verso New Delhi, Mumbai, Bangalore e proviamo innanzitutto a comprendere qual è la percezione che si ha del nostro paese e cosa pensano di noi i nostri partner locali. Se circoscriviamo il discorso solamente all'ambito della **business culture**, non si può assolutamente negare che tra Italia e India vi siano molteplici analogie: i simili **modelli imprenditoriali**, prevalentemente a conduzione familiare, e le rispettive basi industriali costituiscono indubbiamente importanti elementi di semplificazione nei rapporti tra operatori economici dei due

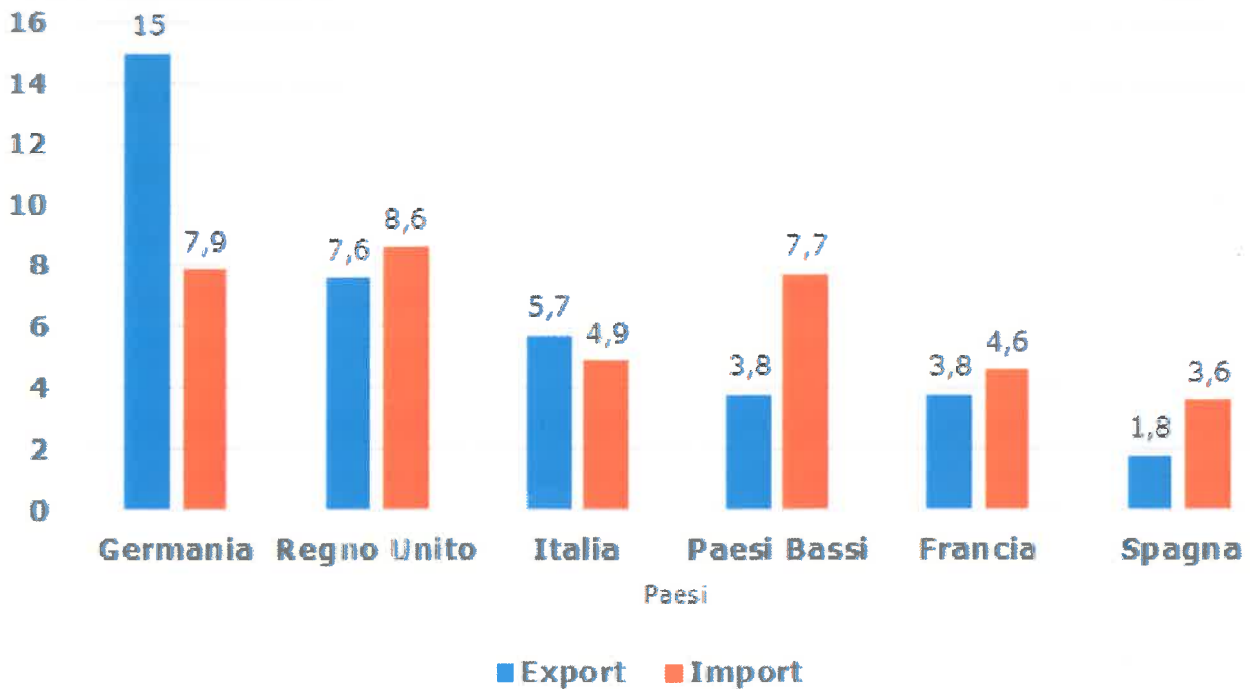
paesi. Tuttavia, nonostante la rilevanza di tale aspetto, non sembra che tale affinità rappresenti un fattore determinante di scelta per gli imprenditori indiani e infatti i **loro investimenti in Italia sono ancora scarsi** (si veda grafico 1): perseguendo una logica strategica e di opportunità economica, preferiscono dirigere i loro capitali verso paesi decisamente più *business friendly* come Olanda, Regno Unito o Germania, caratterizzati da una maggiore semplicità nel *doing business*, da regimi fiscali meno penalizzanti, da una stabilità politica che garantisce **sicurezza per investimenti di lungo periodo** e anche da barriere linguistiche nulle, o quasi. Ne consegue, dunque, che l'argomento dell'affinità culturale come volano dei rapporti commerciali ed economici con l'India alla prova dei fatti non regga fino in fondo (si veda grafico 2).

**Grafico 1 Investimenti diretti esteri indiani nei principali Paesi europei**  
(1980-2014, valori in miliardi di euro)



Fonte: UNCTAD

**Grafico 2. Relazioni commerciali tra i principali Paesi europei e l'India**  
(2018, valori in miliardi di euro)

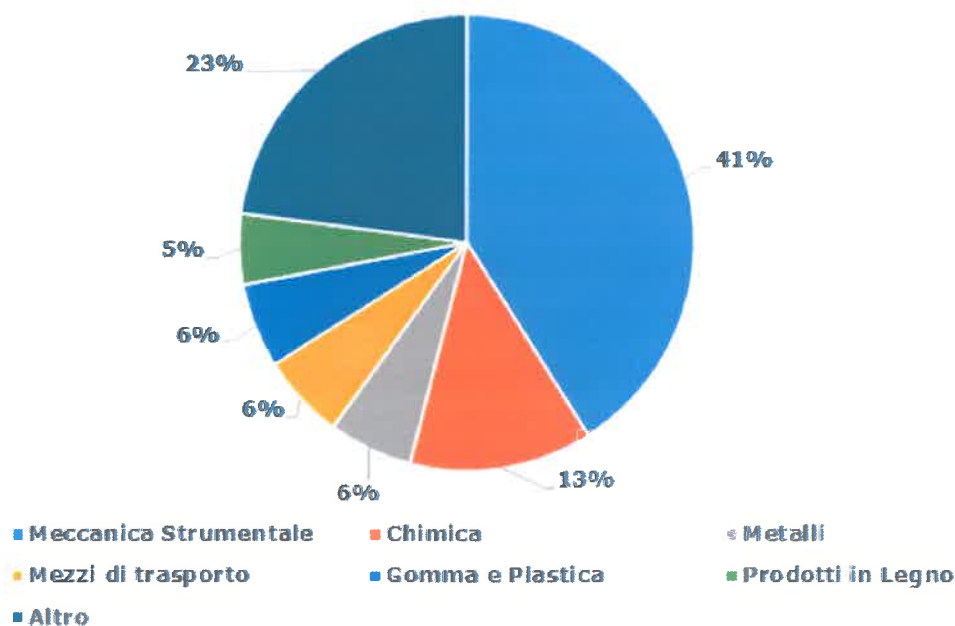


Fonte: UN Comtrade

In India i **canoni distintivi del *made in Italy*** (gusto estetico, alta qualità manifatturiera, ecc.) sono ampiamente riconosciuti ed i settori cui si associa il brand Italia sono nella maggior parte dei casi quelli classici che presentano un indiscusso valore aggiunto, ovvero **fashion, design, automotive, food**. L'aspetto che però deve far riflettere riguarda il fatto che solo gli imprenditori indiani più esperti e navigati sono a conoscenza del primato italiano anche in altri settori strategici come quello tecnologico, in cui i **nostri prodotti sono paragonati a quelli tedeschi e giapponesi** (*si veda grafico 3*); non mancano poi le tipiche, e più o meno fondate, preoccupazioni legate all'inefficienza burocratica, alla corruzione e, in alcuni casi, alla malafede degli operatori italiani.

Nel complesso si può quindi affermare che **la percezione nei nostri confronti** sia abbastanza stereotipata ma, allo stesso tempo, non si può certamente affermare, guardando il nostro versante, che **in Italia vi sia una piena consapevolezza di cosa rappresenti l'India oggi**: molti imprenditori italiani ne conservano un'immagine arcaica e convenzionale, non sono consapevoli delle profonde trasformazioni economiche, politiche e sociali che sta attraversando il paese asiatico, e, di conseguenza, delle opportunità che queste possono rappresentare per i loro business.

Grafico 3. **Export italiano per settori nel 2017**  
(quote percentuali)



Fonte: SACE

Al netto di queste considerazioni, il bilancio non è comunque negativo e **il futuro induce a un certo ottimismo**: dopo la crisi dei marò, le recenti visite di Gentiloni prima e Conte poi a New Delhi si sono poste proprio l'obiettivo di ricucire i **legami economico-commerciali**, che negli ultimi anni hanno sperimentato un interessante incremento.

Per rafforzare i rapporti italo-indiani si rende però **necessaria un'azione mirata** in grado di attrarre i rampanti imprenditori indiani a scegliere l'Italia: i professionisti impegnati nei rapporti tra Italia e India convergono nell'indicare la **poca conoscenza reciproca** e una certa carenza in termini di comunicazione come principali ostacoli allo sviluppo di una più solida relazione bilaterale e lamentano la mancanza di una strategia coerente in tal senso. Da questo punto di vista, il Sistema Italia deve essere in grado di imprimere una significativa accelerazione, soprattutto in considerazione del fatto che **sarebbe proprio il nostro Paese a trarre maggiore giovamento** da un cambio di passo nel rapporto con quella che è destinata a diventare nel giro di un decennio la terza economia mondiale.

In ottica italiana si dimostra quindi necessaria, oltre alle fondamentali riforme volte a migliorare le condizioni strutturali per chi vuole fare business nel nostro Paese, la **definizione di un programma strategico con l'India**, che faccia perno su un'attività

di comunicazione chiara, volta a mettere in luce le potenzialità del sistema italiano sia come porta d'ingresso per l'Europa, sia come hub in grado di **miscelare innovazione, tecnologia ed esperienza industriale**. Tutti elementi di cui le controparti indiane sono alla disperata ricerca.

---