Pandemia, recessione e proteste: l'anno più difficile per l'India

IL GIGANTE MALATO

Il Covid aggrava la crisi di una economia già in frenata e le riforme perdono slancio

Stop alla liberalizzazione del settore agricolo dopo mesi di contestazioni

Il Covid-19 condanna l'India a una delle recessioni più marcate tra i Paesi emergenti e pone nuovi ostacoli sull'accidentato percorso di riforme voluto dal premier Narendra Modi, costretto ora a incassare lo stop alla liberalizzazione dell'economia rurale, dopo mesi di proteste.

Con oltre 10 milioni di infezioni, l'India è la seconda nazione più colpita dalla pandemia dopo gli Stati Uniti, ma con una popolazione di quasi 1,4 miliardi di abitanti. L'età media molto bassa, sotto i 30 anni, ha aiutato a contenere i decessi: i circa 150mila morti registrati, tanti in assoluto, sono pochi rispetto ai contagi, anche considerando i dubbi sulle statistiche ufficiali. Il tasso di mortalità appare così tra i più bassi al mondo (circa l'1,4%). Il Governo ha lanciato la campagna di vaccinazione e i contagi stanno scendendo.

Segnali incoraggianti arrivano anche dall'economia. A inizio mese, l'Istituto nazionale di statistica ha previsto una contrazione del Pil del 7,7% per l'anno 2020-21 (che si chiude il 31 marzo), in linea con la Banca centrale (-7,5%, rispetto al -9,5% stimato a ottobre). L'Ocse prevede una flessione del 9,9%, seguita da una crescita del 7,9% l'anno prossimo. Come osserva Prakash Sakpal, di Ing, la frenata era iniziata prima della pandemia: nel 2019 la crescita si era fermata al 4,2%. La prima ondata di infezioni ha fatto crollare il Pil del 25% tra aprile e giugno, rispetto ai tre mesi precedenti. L'allentamento delle misure restrittive ha permesso un rimbalzo del 21% nel trimestre successivo. Su base annua, la contrazione nei primi sei mesi è stata del 15,7%, la più grave nella storia dell'India e la peggiore in Asia.

Governo e Banca centrale hanno cercato di reagire, ma l'azione è stata limitata dai vincoli di bilancio. Il pacchetto di interventi, valutato tra il 10 e il 15% del Pil dall'Esecutivo, si compone in gran parte di misure di politica monetaria, osserva ancora Sakpal. Anche così, il deficit viaggia verso il 7,5%, secondo Ing, contro il 4,6% dello scorso anno. Una zavorra in vista delle sfide del 2021, con la campagna di vaccinazioni da finanziare e l'eventualità di dover soccorrere imprese e banche.

Su questo quadro, si innesta la protesta contro la liberalizzazione dell'economia rurale, con decine di migliaia di agricoltori in rivolta, blocchi di strade e ferrovie, sit-in nella capitale. Fino ad arrivare allo stop decretato dalla Corte suprema, che il 12 gennaio ha sospeso la riforma.

Tutto comincia a settembre, quando il Governo interviene su un vecchio sistema di norme, che obbliga gli agricoltori a vendere i loro prodotti a commercianti autorizzati in mercati controllati dagli Stati: la riforma consentirebbe invece di vendere a chiunque. Nel rigido regime attuale, gli agricoltori possono però anche cedere i raccolti ad agenzie governative a un prezzo minimo di sostegno (Msp): uno schema che li protegge dalle oscillazioni del mercato e al quale non vogliono rinunciare.

Né questa sembra l'intenzione del Governo, che, a causa della pandemia, ha potenziato il programma di distribuzione pubblica del cibo, alimentato appunto dall'acquisto di derrate attraverso appalti. Lo schema dell'Msp, per il quale lo Stato sborsa ogni anno circa 25 miliardi di dollari, è affiancato da sussidi per irrigazione, elettricità, fertilizzanti, sementi. L'agricoltura produce il 17% del Pil, ma dà occupazione a oltre metà della forza lavoro. L'industrializzazione del Paese, che Modi insegue fin dal primo mandato, non potrà avvenire senza cambiamenti radicali. La protesta degli agricoltori è alimentata dal timore di perdere le garanzie dalle quali dipendono e dal sospetto che le nuove regole possano avvantaggiare soprattutto i grandi potentati economici.

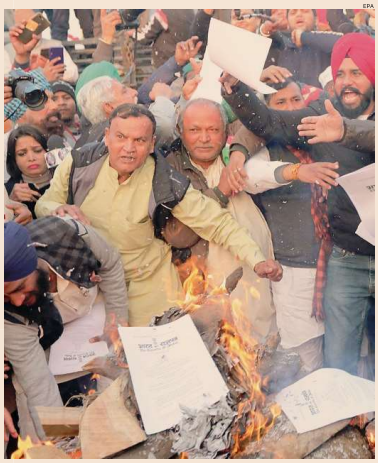
Nel suo primo mandato di Governo, tra il 2014 e il 2019, Modi ha lanciato un vasto programma di riforme e ha aperto agli investimenti esteri. L'obiettivo era e resta modernizzare l'India e farne un hub per l'industria mondiale: l'ambizioso piano Make in India avrebbe dovuto portare il manifatturiero al 25% del Pil entro il 2025, da poco meno del 15% del 2014. Da dove però non si è sostanzialmente mosso. Lo slancio innovatore ha perso spinta sul finire del primo mandato, ma è riuscito comunque a produrre altre due riforme storiche: l'imposta nazionale sull'acquisto di beni e servizi (Gst, una sorta di Iva che ha accorpato la miriade di balzelli statali che frazionavano il mercato interno) e il codice dei fallimenti.

Durante la campagna per la rielezione e nella prima fase del secondo mandato, quando pure ha varato un cospicuo taglio della tassazione sulle imprese, Modi si è però concentrato sui temi più populistici della sua agenda: dalla controversa e criticata stretta sulla minoranza musulmana, ai rapporti con la Cina. Le tensioni con Pechino sono culminate nel rifiuto di aderire al "suo" mega accordo commerciale regionale, la Rcep di fine 2020.

Con la liberalizzazione in agricoltura, Modi tenta di ridare slancio alla modernizzazione del Paese, ma si scontra con resistenze e timori radicati e un contesto, quello del Covid e della recessione, tutt'altro che favorevole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

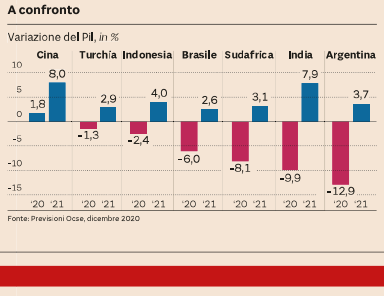
EPA



Le manifestazioni. Coltivatori indiani bruciano i testi della riforma dell'agricoltura

A confronto

Variazione del Pil, *in %*



Fonte: Previsioni Ocse, dicembre 2020

«SEGNALI DI RISVEGLIO»

Le imprese ci credono: «Il Paese tornerà presto a crescere»

I gruppi italiani puntano a rafforzare la presenza su un mercato strategico

L'anno più difficile per l'economia indiana non scoraggia le imprese, che puntano su questo mercato e contano di raccogliere i frutti della scommessa già nel 2021.

«Nonostante la crisi, non abbiamo cancellato gli investimenti programmati, anche se siamo stati costretti a rallentarli. E nel 2021 prevediamo di crescere in capacità produttiva», spiega Sebastiano Rio, motorcycle chief operating officer di Brembo, che in India ha due stabilimenti, a Pune e a Chennai. «Dopo il brutto 2019, sul quale hanno pesato alcune riforme che hanno penalizzato il comparto, c'erano tutti i presupposti per una ripresa nel 2020, ma poi - spiega Rio - è arrivata la pandemia: il primo semestre è stato molto negativo, con un crollo del settore del 40%». La seconda metà dell'anno ha visto però «una forte ripresa del mercato», che consentirà di ridurre la flessione del 2020 attorno al 20% «e che alimenta un forte ottimismo per la prima metà del 2021». L'anno della pandemia non cambia la valutazione di medio periodo sull'India: «Sono convinto che nei prossimi 5 anni il mercato crescerà, anche grazie all'affermarsi di nuovi segmenti, come quello degli scooter elettrici di alta gamma e delle motociclette di cilindrata medio-alta», afferma Rio.

Sull'India scommette Maire Tecnimont: poche settimane fa, la sua unità locale (Tecnimont Private Limited) si è aggiudicata un progetto da 255 milioni di dollari per Indian-Oil. «Per noi, l'India è una seconda casa», afferma l'amministratore delegato Pierroberto Folgiero. Il gruppo ha più di 2.200 ingegneri a Mumbai e circa 3mila addetti nel settore electrical & strumentation. «È il nostro extended desk di Milano, in grado di sviluppare su base annuale più dei due terzi delle ore di ingegneria di tutto il gruppo», dice Folgiero.

Tramite la controllata NextChem, il gruppo ha anche un accordo con IndianOil, per l'economia circolare e la chimica verde, con progetti di riciclo delle plastiche e produzione di carburanti da fonti rinnovabili. «L'India - dice Folgiero - mostra trend di mercato molto promettenti per il nostro gruppo: il Paese ha una carenza genetica di risorse naturali fossili, che si contrappone a una enorme domanda interna: ha bisogno di aumentare la produzione di carburanti, fertilizzanti e derivati plastici ad alto valore aggiunto, necessari per l'industria manifatturiera, e quindi prevede forti investimenti nel settore downstream dell'industria oil & gas tradizionale», cercando allo stesso tempo di sviluppare un modello sostenibile.

«Ci sono buoni motivi per essere fiduciosi, grazie ai segnali di risveglio dell'attività produttiva», sostiene Alessandro Fichera, managing director di Octagona, società di servizi internazionali per imprese, che in India ha accompagnato decine di aziende di piccole e medie dimensioni. «I primi sei mesi del 2021 serviranno per rimettersi in piedi e credo che nella seconda metà dell'anno ci sarà una significativa accelerazione». Nel Paese, Octagona ha una cinquantina di clienti italiani: «Nessuno ha pensato di abbandonare. Anzi, negli ultimi mesi abbiamo visto aumentare l'interesse delle imprese italiane. Il Covid ha insegnato una volta di più quanto serva una presenza sul posto, per stare sul mercato indiano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A cura di Project Media System - INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

Le aziende italiane affrontano la crisi e rilanciano sulla green economy

Innovazione sostenibile, efficientamento energetico, economia circolare: il modello di business va nella direzione 4.0 e diventa un must per imprese e consumatori a tutto vantaggio dell'ambiente

Ricerca, innovazione e sviluppo: da oltre vent'anni Rolly Brush è leader nella proposta di prodotti all'avanguardia per l'igiene orale. Progetti per il futuro? Eccellenza ed ecostostenibilità in primis

Esistono realtà aziendali che rappresentano il fiore all'occhiello non solo dell'economia nazionale, ma anche del suo spirito imprenditoriale, intraprendenza e capacità di evolversi e stare al passo con i tempi sulla sempre più dinamica e competitiva scacchiera internazionale. **Rolly Brush** è una di queste, e non solo perché "sulla bocca di tutti" in quanto leader sul mercato nel settore dell'igiene orale, ma anche per l'impegno sul fronte della ricerca e dell'innovazione declinate sia alla qualità dei prodotti che all'ambiente, ritrovandosi in prima linea in tema, ormai imprescindibile, di eco sostenibilità. Rolly Brush rientra infatti in una più grande compagine internazionale che vanta prestigiosi partnerariati con aziende green friendly e consta di ben quattro marchi che ne contraddistinguono l'offerta sul mercato: Rolly Brush, Mr White, Edu.Care e Jordan. A raccontarci questa formazione vincente è il dottor Alberto Ventura, direttore commerciale dell'azienda italiana, che da oltre vent'anni studia, inventa e produce articoli per l'oral e il personal care unici e innovativi.

Dottor Ventura, facciamo un focus sui 4 brand e sui loro prodotti di punta. Ci vuole presentare i quattro marchi più rappresentativi al momento in fatto di igiene orale?

"Iniziamo con il presentare Rolly Brush, famoso come il "più piccolo spazzolino al mondo". Più di un semplice spazzolino tascabile, è l'ideale quando non puoi lavarti i denti fuori casa garantendo in tutta sicurezza il massimo dell'igiene orale. Mr. White è una linea molto diffusa di prodotti per l'igiene e la cura orale dei più piccoli: design accattivante e materiali eccellenti contraddistinguono il successo dell'ampia e assortita gamma. Edu.care è quella che chiamiamo linea organica di prodotti per bambini di cui stiamo lavorando sul lancio, già nel 2021, di una gamma green che andrà a completare l'offerta già presente sul mercato con due spazzolini in bamboo, uno per adulti e uno per bambini. L'imprinting di Edu.care è decisamente bio, risultato di una virtuosa combinazione di fattori green friendly, dalla ricerca dei materiali allo sviluppo dei prodotti sino al loro confezionamento e biodegradabilità. Jordan è un altro marchio di punta rappresentato da Rolly Brush in Italia e leader in Nord Europa. Proprietaria del marchio Jordan è la multinazionale norvegese Orkla che ha scelto Rolly Brush come partner esclusivo per l'Italia. Non a caso, Jordan Green Clean, grazie al suo progetto altamente innovativo e al suo costante impegno nel rispetto dell'ambiente e nella ricerca di nuovi materiali ecosostenibili, è stato eletto prodotto dell'anno 2020 da più di 12.000 consumatori italiani per la categoria oral care green. Premio meritatissimo: possiamo ben dire che il 90% dei materiali, inclusi il packaging, è costituito da materiali riciclati, riducendo al minimo l'utilizzo di nuove materie prime e donando ai materiali una "nuova vita". Oltre che un prodotto basato sull'ecosostenibilità, ecco un bell'esempio che segue il flusso di economia circolare".

Quello che emerge, ad oggi, è una forte attenzione all'ambiente oltre che alle esigenze del consumatore. Quali sono le priorità e gli obiettivi per il nuovo anno?

"Sicuramente perseguire e rafforzare il nostro impegno in termini di eco sostenibilità già avviato nel 2020 con il "Progetto sostenibilità": un piano di sviluppo per rendere Rolly Brush una società spiccatamente orientata alla sostenibilità ambientale".

Quali sono i principi che ispirano il "Progetto sostenibilità"?

"I principi su cui fondiamo il nostro impegno sono principalmente tre: migliorare l'impatto ambientale della nostra gamma; ricercare e innovare nuovi materiali; applicare il nostro know how tecnologico a progetti sostenibili. E su questi principi andremo a investire sicuramente le nostre risorse".

Come andrete a migliorare l'impatto ambientale della vostra gamma?

"Agiremo specificatamente sul pack secondario. Come? Nel 2019 ci siamo dati un chiaro quanto ambizioso obiettivo aziendale: eliminare il 100% di plastica da tutti i nostri pack secondari entro il 31/12/2021. Ad oggi i nostri prodotti vengono presentati in rastrelliere di plastica e spediti all'interno di cartoni".

E come farete per azzerare questi dati già nel 2021?

"Con cartoni easy opening senza nastro adesivo e rastrelliere completamente in cartone. Questo cambio, apparentemente banale, ha comportato un incremento dei costi, infatti i materiali utilizzati sono più cari della plastica, ed un impatto a livello produttivo nella fase finale dell'impacchettamento che è stato totalmente riconcepito. Costi che l'azienda ha deciso di assorbire completamente senza riversarli sui propri clienti".

Parliamo di un argomento chiave, quello della ricerca e innovazione in nuovi materiali: c'è un materiale, in particolare, sul quale vi state focalizzando?

"La nostra attenzione va al PLA, una bioplastica derivata dalla trasformazione degli zuccheri presenti in mais, canna da zucchero e altri materiali naturali, evitando così l'utilizzo di materie prime derivanti dal petrolio. Biodegradabile e compostabile".

SCOPRI LA **REALTA' AUMENTATA**:
SCARICA L'APP **AR MARKET** - CERCA **PMS** - INQUADRA LA FOTO

Jordan green clean - gamma ecosostenibile derivante da materiali riciclati

Cartiera di Cologno SpA: brillante esempio nazionale di produttività B2B, anello fondamentale in un modello di economia circolare. L'azienda sta affrontando oggi con successo il passaggio dalla seconda alla terza generazione

Da carta da macero a carta nuova a Km 0. Un raggio d'azione che si estende su tutto il comprensorio milanese, lavorando tutti i giorni, ventiquattrore su ventiquattro. Una realtà storica per la Lombardia, che ha saputo evolversi e consolidarsi nel tempo, rappresentando oggi un esempio di produttività avanzata B2B a livello nazionale, nella produzione di carta per cartone ondulato (Fluting, Medium e Ulsosemichimica), con 50.000 tonnellate di bobine all'anno. Leonardo Caponetti, oltre a svolgere il ruolo di Direttore Generale e occuparsi del management, si contraddistingue come figura di riferimento per la **Cartiera di Cologno**: dopo aver maturato significative esperienze professionali in aziende familiari e multinazionali, è colui che dal 2019 sta facilitando con passione e impegno il passaggio tra la seconda e la terza generazione. La famiglia Masotina, infatti, è stata proprietaria di una delle più importanti "piattaforme di recupero della carta" con una superficie di 58 mila metri quadri all'interno della tangenziale Ovest (Corsico).

Dottor Caponetti, un po' di storia: come nasce una delle realtà più rappresentative del settore?

"Nel 1937, Giacomo Masotina cominciò la propria attività a Milano come "straccivendolo". Nell'immediato dopoguerra i figli Giuseppe, Saverio, Andrea e Francesco affiancarono il padre nello sviluppo della raccolta della carta. Nel 1987, la famiglia Masotina acquisì la Cartiera di Cologno con l'obiettivo di integrarsi "a valle", utilizzando come materia prima la carta da macero e avviando la produzione di bobine. Tutto il resto è storia dei nostri giorni, scritta con progettualità, professionalità e dedizione, tanto che stiamo assistendo oggi al passaggio tra la seconda e la terza generazione: in azienda lavorano infatti Giacomo Masotina, figlio di Francesco, che è Direttore dello stabilimento e "motore" della continuità aziendale e Barbara Masotina, figlia di Andrea, che è Responsabile dell'area qualità e ambiente, conseguendo, nel corso del 2020, per la Cartiera di Cologno, la certificazione ISO 14001. Fabio Masotina, figlio di Saverio, è presente come consigliere, unitamente a Barbara Masotina e al Dott. Caponetti, nel CDA presieduto da Giacomo. Tengo a sottolineare che da Novembre 2019, il CDA di Cartiera di Cologno ha approvato il modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi della Legge 231."

Quale ruolo svolge attualmente la Cartiera di Cologno?

"La Cartiera di Cologno svolge un'attività ambientale molto importante che, data l'ubicazione nevralgica e strategica, è a servizio di un'area di Comuni limitrofi che conferiscono direttamente in Cartiera la carta da macero con autocompattatori dalla raccolta urbana. La Cartiera utilizza la carta da macero e la trasforma in bobine di carta utilizzando una moderna e sofisticata tecnologia nel pieno rispetto dell'ambiente."

Quali sono, a suo avviso, i punti di forza?

"I punti di forza della Cartiera sono l'alta qualità del prodotto, il rispetto dell'ambiente, il servizio al cliente, l'artigianalità nella fabbricazione della carta, il rapporto con Clienti/Fornitori. Siamo altresì consapevoli della straordinaria importanza di lavorare in un team affiatato, dove il fattore umano è fondamentale."

Parliamo indubbiamente di un esempio notevole di economia circolare, vero, dottor Caponetti?

"Certo. La Cartiera di Cologno è un anello importante all'interno di un modello di economia circolare, nel settore della carta, che prevede la raccolta differenziata dei Comuni, la lavorazione in "balle" da parte degli Impianti di Gestione della Carta e la successiva lavorazione da parte della Cartiera che produce le bobine di carta. E in questo percorso la Cartiera si avvale di addetti competenti e professionali: l'azienda è infatti molto attenta al passaggio delle competenze tra le maestranze più esperte con passaggi mirati verso le giovani leve. Gli investimenti sulla Macchina Continua, inoltre, sono costanti, al fine di automatizzare e migliorare l'efficienza del processo produttivo."

Quali sono le caratteristiche dei i vostri clienti?

"La nostra clientela è fidata e selezionata, potremmo dire anche con molto piacere, "affezionata" ed è caratterizzata da gruppi sia multinazionali che italiani; in questo periodo stiamo fortemente sviluppando anche il mercato internazionale."

E quelle dei fornitori?

"Gli Impianti di Gestione della Raccolta della carta con rapporti diretti e gli stessi Impianti tramite il consorzio COMIECO, di cui Cartiera di Cologno fa parte, che è il Consorzio Nazionale per il Recupero degli Imballaggi a base cellulosica."

Quale impatto ha avuto il Covid su un'attività così strategica?

"Nell'anno 2020 la Cartiera di Cologno, in qualità di produttore di bobine di carta indispensabili per realizzare scatole, articoli estremamente necessari durante il Lockdown, ha lavorato comunque a pieno ritmo a ciclo continuo, rispondendo al 100% alle richieste dei propri clienti."

Progetti per il futuro?

"Il futuro della Cartiera è rivolto al potenziamento della capacità produttiva al fine di poter ampliare la gamma delle tipologie di carta e continuare a offrire alla propria clientela sia italiana che estera un servizio di qualità eccellente."

Entrata della Cartiera e parti della Macchina Continua

Jordan* *caring for teeth since 1927

Mr. White everyday good

CARTIERA DI COLOGNO S.P.A.
CARTE PER ONDULATORI