

**Partnership.** Intesa per operare nei settori dell'automotive, della chimica e dei beni di consumo

# Tata si affida a Roland Berger

Alleanza tra il colosso tedesco della consulenza e la casa indiana

**Marco Masciaga**  
NEW DELHI

Con una mossa che conferma le aspettative di crescita che continuano a circondare i mercati in via di sviluppo, il colosso tedesco della consulenza **Roland Berger** Strategy Consultants ha siglato ieri un'alleanza con Tata Strategic Management Group (Tsmg). In base all'accordo le due società metteranno in comune le rispettive competenze per offrire ai propri clienti, sia indiani che stranieri, un ventaglio di servizi «più ampio» nei settori dell'automotive, della chimica e dei beni di consumo.

«Noi avevamo bisogno di un partner di livello internazionale e loro di una presenza in India - spiega Raju Bhinge, chief executive officer della società del gruppo Tata - e sono con-

vinto che procedere senza aspettare la fine di questa crisi sia stato saggio. Nella peggiore delle ipotesi l'India crescerà al 6% per un paio d'anni: questo è un rallentamento non una recessione. Significa che molti settori non stanno soffrendo affatto, mentre in altri i piani di crescita sono stati messi in stand-by per 6 o 12 mesi, ma non certo cancellati».

«L'obiettivo dell'alleanza - prosegue Bhinge - è andare incontro a tre tipologie di aziende: società straniere che intendono entrare sul mercato indiano; società indiane che si stanno espandendo o stanno ristrutturando le proprie attività all'estero e società indiane che si avvicinano a settori, penso a quelli storicamente controllati da un monopolista, in cui il nostro Paese è tutt'ora carente sul

fronte dell'expertise».

Secondo Roberto Crapelli, partner di **Roland Berger** in Italia, non sbagliare le strategie d'ingresso in un mercato è essenziale. «Scegliere bene il proprio partner locale, individuare la località in cui impiantare gli stabilimenti, decidere come delocalizzare una parte delle proprie attività e capire come muoversi sul terreno dell'outsourcing. È in questi ambiti che, grazie a questa alleanza, pensiamo di poter andare incontro alle esigenze dei nostri clienti. Senza dimenticare il fattore tempo: se avessimo cercato di costruire da soli una rete di consulenza in India saremmo stati costretti a procedere con estrema lentezza, mentre questo accordo ci fa fare un grosso balzo in avanti».

Secondo Ralf Kalmbach, partner di **Roland Berger**, en-

trare per la prima volta su un mercato complesso come quello indiano può porre sfide complesse. «Molte aziende - spiega - continuano a essere gestite a livello familiare. Per poter collaborare in maniera efficace con un partner locale è necessario conoscere le strutture con cui ci si dovrà misurare». Un'opinione condivisa da Bhinge: «I modelli di business non sono sempre facili da esportare e poter contare su qualcuno che conosce il mercato ed è in grado di aiutarti a superare certe barriere culturali può essere importante».

## IL PARTNER ITALIANO

Crapelli: «Se avessimo deciso di costruire da soli una rete di consulenza in India saremmo stati costretti a procedere con lentezza»



**Presidente.** Ratan Tata

