

Da Taiwan con passione

Intervista a **Tina Han**, amministratore delegato della filiale Sud Europa di **Foxconn**. Prima manager cinese sbarcata in Italia

Umberto Torelli



Il suo vero nome è Wei Yin, ed è nata nell'isola di Taiwan. Come tutti i nomi cinesi, trova un riscontro nella natura perché significa "armonia". Ma questo lo usa solo nella vita privata. Perché una volta entrata nel mondo del lavoro, per mantenere contatti internazionali, ha dovuto adottare il più occidentale Tina. Ecco a voi la dinamica 40enne Ti-

na Han. La prima manager cinese ad approdare in Italia a capo di Foxconn. Un'azienda leader mondiale nella produzione di componenti per computer. La sua infanzia non è stata diversa da quella di tanti altri bambini taiwanesi. Una famiglia di ceto medio, con due fratelli e il padre che lavorava come traduttore di testi inglesi. Dopo le scuole superiori si è laureata a pieni voti in industrial design al Taipei Institute of Technology. Oltre a cinese e inglese Tina parla e scrive correttamente anche l'italiano. Come molti orientali adora la nostra cucina e l'italian style.

Tina ci può raccontare quando ha avuto inizio la sua avventura italiana?

«Nel 1994 quando, dopo la laurea a Taipei e un'esperienza in uno studio di architettura, approdai a una società taiwanese produttrice di chassis per computer. Da allora ho sempre operato nel settore tecnologico, spostandomi tra Italia e Cina fino al 1999, anno in cui mi fu offerta la grande occasione».

Ci racconti...

«Ero a Milano, lavoravo ancora in Asus, un'altra grande azienda di computer quando nel 2004 mi fu proposta la carica di amministratore delegato della filiale Sud Europa di Foxconn, uno tra i maggiori gruppi di Information Technology del mondo. L'obiettivo era quello di creare ex-novo il marchio. Infatti, nonostante la sua potente struttura – che dà lavoro a 75mila di-



pendenti e fattura oltre 14miliardi di dollari con una crescita del 20% – era ancora poco conosciuta in Europa».

Quali sono le maggiori differenze nel modo di lavorare tra italiani e asiatici? Quali pregi e difetti ha riscontrato?

«L'approccio al lavoro dei cinesi di oggi è molto simile a quello degli occidentali, in particolare degli americani, per la flessibilità. I taiwanesi sono però più stacanovisti, il loro numero di ore lavorative annue è tra i più alti nel mondo. Una sostanziale differenza tra italiani e taiwanesi è poi la capacità di quest'ultimi di lavorare in multi-programmazione anche a scapito della qualità. In Italia si è invece più portati a concentrarsi su un solo compito alla volta e a privilegiare la perfezione».

Il protezionismo non è una soluzione

È difficile essere una donna a

Chi è Foxconn

Foxconn è un marchio di prodotti informatici del gruppo cinese Hon Hai, tra i maggiori produttori di componenti per computer e schede nel mondo. Ha una capacità produttiva stimata intorno ai 50 milioni di matherboards per il 2005. La società ha incrementato il proprio volume d'affari del 62% negli ultimi 5 anni con un fatturato di 14 milioni di dollari. Dal 1988 ha dislocato le sue unità lavorative nel sud della Cina con oltre 75.000 dipendenti. La sede centrale si trova a Taipei, mentre gli stabilimenti produttivi sono dislocati tra il delta del fiume Pearl a Hong Kong, Beijing e Qiantang nella Cina orientale. Foxconn è partner di aziende del calibro di HP, Ibm, Motorola, Apple, Dell e Intel.

Tina Han, AD di Foxconn con il suo staff

capo di una struttura cinese che opera nel nostro paese?

«Dirigere una struttura cinese in Italia non comporta particolari dif- ►



ficoltà, quando c'è la passione per quello che si fa e una volta superate le differenze culturali che esistono. Al di là di tutto, rimane comunque la pesantezza del sistema burocratico italiano e le inefficienze che ne derivano».

In questo momento in Italia molti vorrebbero imporre barriere e dazi per difendere i nostri prodotti. Che cosa ne pensa della concorrenza cinese?

«Io sono contraria a qualsiasi forma di protezionismo. Se vogliamo che il consumatore possa godere dei migliori prezzi non dobbiamo imporre dazi che, non solo fanno costare di più il prodotto, ma scoraggiano a livello mondiale il lavoro di ricerca e sviluppo che serve a favorire il consumatore. Per gli italiani l'esempio arriva dalla Fiat. Un'azienda che oggi paga le conseguenze di un protezionismo trentennale».

Che cosa suggerisce agli imprenditori delle nostre Pmi?

«Non so se posso permettermi di dare suggerimenti ai piccoli-medi

imprenditori italiani. Ad ogni conto, a scampo di generalizzazioni, divido gli imprenditori che vogliono competere con i cinesi in due categorie: quelli che operano in settori di nicchia e quelli impegnati in settori di largo consumo. Per i primi, che possono contare su una competitività gestibile grazie all'unicità di prodotto, di know how, e a una concorrenza non troppo agguerrita, penso sia sufficiente perseverare».

E per gli altri?

«Diventa necessario allearsi o integrarsi con aziende cinesi».

Ci dice che cosa ama di più del nostro paese?

«Il cibo, la natura e soprattutto l'arte. Purtroppo non sempre ho il tempo per godere di queste piacevolezze come vorrei, e questo mi spiace. Dell'Italia amo anche la gente, generosa e allegra».

E che cosa non sopporta?

«Lo scarso senso civico che invece ho riscontrato in tanti paesi del mondo». □