



Timothy Ho

CINA L'imprenditore Timothy Ho parla dei colleghi di casa nostra. E a Pechino la Befana ha portato l'abitante numero 1,3 miliardi

«Gli italiani? Creativi ma poco affidabili»

PECHINO — Da due minuti dopo la mezzanotte scorsa la Cina ha un miliardo e trecento milioni di abitanti: il bambino scelto come simbolo del raggiungimento dello storico traguardo è un maschio, pesa poco più di tre chili ed è nato nell'ospedale di Ostetricia e Ginecologia di Pechino. «Sono l'uomo più felice del mondo e spero che il mio bambino abbia una vita piacevole», ha detto il padre, un impiegato dell'Air China di 37 anni. Grazie alla tempestiva

nascita del primo bambino della giornata i giornali cinesi hanno pubblicato ieri in prima pagina la fotografia del piccolo che urla disperato nelle braccia dei medici. Esperti della Commissione per la pianificazione familiare hanno spiegato che, dopo una serie di accertamenti compiuti l'anno scorso, è stato concluso che la faticosa cifra di un miliardo e trecento milioni sarebbe stata raggiunta il 6 gennaio: gli studiosi hanno poi concordato di attribuire il 'titolo', al primo nato della giornata. Nei numerosi commenti,

gli esperti cinesi oscillano tra le lodi alla severa politica di contenimento della nascite lanciata più di 20 anni fa, in coincidenza con l'inizio delle riforme che hanno portato alla liberalizzazione — e all'impressionante crescita — dell'economia cinese e gli ammonimenti sui problemi che rimangono irrisolti. Tra questi vengono indicati come i principali l'invecchiamento della popolazione e lo squilibrio tra i sessi causato dalla tradizionale preferenza per i figli maschi, radicata soprattutto nelle campagne.

di Beatrice Spagnoli

SHANGHAI — Gli imprenditori italiani? Creativi sì, ma spesso non troppo affidabili. Così gli imprenditori cinesi vedono i manager del nostro Paese, che arrivano a fare business nel lontano Oriente. Se spesso i leader delle aziende italiane hanno dichiarato di avere difficoltà nelle modalità di approccio con la Cina, ecco gli italiani visti dall'osservatorio di un imprenditore cinese, Timothy Ho. Ho, alle spalle una lunga

esperienza maturata tra l'altro nel Mac Group e in Ansaldo, dal 2002 è direttore della Sourcing Solutions Group, società nata per offrire assistenza alle piccole e medie aziende europee nell'outsourcing in Asia e in Cina.

Timothy Ho, quali sono le sue esperienze con le aziende italiane?

«Sono tre i parametri sui quali noi cinesi giudichiamo gli imprenditori stranieri: il volume di merce acquistata, il prezzo e i requisiti

“

I vostri industriali tirano sul prezzo e pretendono qualità. Per fare affari insieme dobbiamo adattarci reciprocamente a modelli culturali molto diversi

”

di qualità. Gli americani fanno grandi acquisti, non discutono sul prezzo, e non sono particolarmente esigenti in termini di qualità. I tedeschi fanno degli ordini più piccoli, sono esigenti sulla qualità, ma generosi sui prezzi. Gli italiani sono i

peggiori: fanno piccoli ordini, tirano molto sul prezzo e sono molto esigenti in termini di qualità. E in più cambiano spesso idea. Per questo, per noi è difficile fare business con gli italiani».

Facciamo qualche caso...
«Prendiamo le specifiche

dei prodotti. Gli americani, i tedeschi e i giapponesi ci danno regolarmente specifiche chiare. Gli italiani, invece, persino nel caso di specifiche progettuali molto complesse, non danno indicazioni precise».

Quali sono, invece, le critiche che lei muove ai cinesi?

«Noi cinesi siamo approssimativi. Invariabilmente, un cinese non fa mai domande, si vergogna a dire che non ha capito o che non è in grado di portare a termine una commessa di lavoro. Così,

inevitabilmente, nascono gli errori».

Secondo lei, come può essere gestito il rapporto tra cinesi e italiani in fatto di business?

«Per fare business in Cina, per prima cosa dovete capire come siamo fatti noi cinesi. E poi, fatevi un esame di coscienza sulla gestione manageriale delle vostre aziende. Dobbiamo avere il tempo e il modo di adattarci reciprocamente a modelli culturali diversi. Sono queste le condizioni per avere successo insieme».