

di Carla Ferron

Per Francesco Santulin, Pechino e Shanghai non sono certe mete sconosciute. Ma per il presidente della Santulin & Partners, società che dal 2000 fornisce alle aziende un servizio di executive search internazionale, adesso la Cina è più vicina. Grazie a un accordo di partnership con la più importante struttura di head hunting sul mercato cinese, Bò Lè associates, la boutique milanese di Santulin ha infatti rafforzato la presenza nella regione, affilando le armi per selezionare per conto terzi anche top manager di nazionalità asiatica. «Se fino a ieri», racconta Santulin, «ci siamo limitati alla ricerca di manager per la Cina, ma pur sempre di nazionalità europea, oggi possiamo più facilmente individuare competenze davvero locali per quelle imprese italiane che vedono in Pechino una grande opportunità di crescita e non solo un concorrente».

Domanda. Siete da sempre una struttura indipendente. Perché avete optato per una partnership?

Risposta. Il fatto è che oggi le aziende richiedono competenze specialistiche, soprattutto quando si tratta di avviare strutture di

PARLA SANTULIN La sfida? Scovare top manager asiatici per chi vuole esportare il made in Italy a Pechino. Il presidente dell'omonima boutique di executive search spiega l'intesa con Bò Lè, il big dei cacciatori di teste locali. E consiglia...

Andate e assumete. Cinesi

business importanti in mercati con una cultura generale e manageriale lontana da quella europea. Finché si trattava di cercare manager europei che potessero operare sul mercato cinese, forse, si poteva anche operare da soli. Ma si pensi alla difficoltà anche solo linguistica nel condurre trattative con manager cinesi. Peraltro, grazie alla partnership con Bò Lè, che ricordiamo è il più grande operatore indipendente su tutto il territorio asiatico, siamo i soli in Italia a poter garantire una presenza capillare su quel mercato.

D. Come siete presenti su un mercato così vasto?

R. La partnership ci consente di avvalerci di una rete di uffici in 11 città, di cui sei proprio in Cina, e di uno staff di 114 persone, di cui 90 consulenti e ricercatori.

D. E come vi dividete il lavoro con il nuovo partner?

R. In sostanza, noi definiamo con il cliente italiano il profilo da ri-

cercare. Sono poi i colleghi cinesi a svolgere una ricerca in loco. Individuati i candidati, all'incontro partecipiamo però anche noi.

D. In che misura le aziende italiane sono davvero interessate o pronte a investire in Cina?

R. Negli ultimi due anni l'attività sul mercato cinese si è sicuramente intensificata. Noi, per esempio, abbiamo ottenuto il mandato di alcune multinazionali italiane a ricercare posizioni di senior management. Prevalentemente sono le aziende industriali a muoversi, come quelle del settore meccanico e tessile. Per

esempio, per conto di un'azienda leader nelle macchine per lo stampaggio a freddo abbiamo trovato di recente una figura ad hoc per sviluppare proprio il mercato cinese.

D. C'è una domanda anche da parte di operatori del settore finanziario?

R. Ci sono già istituzioni finanziarie che operano da Pechino, ma il comparto è piuttosto fermo.

D. Al di là della lingua, quali so-

no difficoltà incontrate in questo tipo di ricerche?

R. Innanzitutto burocratiche. Invitare a un colloquio in Italia un manager cinese è impresa ardua. Occorre motivare il viaggio, comunicare alberghi, biglietti aerei di ritorno e così via. Non è semplice fare tutto questo senza che la stessa azienda per cui il candidato lavora o un'impresa concorrente non ne venga a conoscenza.

D. Con quale tipo di mercato del lavoro vi confrontate? E quanto incide la componente economica?

R. Noi ci rivolgiamo a top manager, già disponibili al cambiamento. Certò, oggi è ancora possibile giocare sulle differenze retributive, pescando figure di primo piano in imprese cinesi. Per questi manager la retribuzione più elevata garantita mediamente dalle multinazionali risulta particolarmente appetibile. (riproduzione riservata)



Francesco Santulin

