

Una nuova sfida per la manager pavese alla guida del brand di supercar elettriche

SilkFAW, Katia Bassi “Conquistata dal progetto”

Già arrivati venti ordini per l'auto che costerà fino a 2 milioni di euro e che sarà personalizzabile dal colore della carrozzeria fino a quello delle cuciture. Le prime vetture pronte a gennaio 2024

di **Mariachiara Spallanzani**
e **Isabella Trovato**



Diciotto mesi, questa è la previsione dei tempi necessari alla realizzazione del campus di Gavassa in cui verrà prodotta la **nuova auto elettrica** di lusso firmata SilkFAW.

La nuova sfida prevede un investimento da 1,3 miliardi per un sito produttivo che nei prossimi anni darà lavoro a oltre mille persone. Abbiamo incontrato Katia Bassi, che nella nuova società sino-americana ricopre il ruolo di Managing Director.

53 anni, originaria di Pavia, la supermanager vanta una profonda conoscenza del segmento delle auto supersportive grazie alla sua lunga esperienza nell'automotive che l'ha vista ricoprire ruoli di primo piano in Lamborghini, Ferrari e Aston Martin, ma anche in NBA e all'Inter.

Considerata da Forbes Italia tra le 100 donne più influenti del mondo, Katia Bassi ci racconta con entusiasmo i primi mesi da

responsabile delle strategie di estensione del marchio. “Essere al Tecnopolo ha una grande valenza per noi perché vuol dire avere la possibilità di farci conoscere anche come individui e persone e non solo come gli investitori americani con una componente cinese che arrivano a investire su un terreno della provincia reggiana”. La società ha appena inaugurato anche una palazzina al Campovolo, dove si è insediato il comparto ingegneristico che si occuperà dello sviluppo della S9.

Già venti gli ordini arrivati prima ancora del pre-selling dell'auto che sarà venduta a partire da gennaio 2024.

Come ha vissuto l'inizio di questa nuova esperienza?

Vengo dal settore dell'automotive, avendo lavorato in precedenza anche in Ferrari e in Aston Martin in Inghilterra, quindi con-

sidero questa opportunità come una sorta di “chiusura del cerchio” in un ambito che conosco molto bene.

Questo progetto poi porta con sé anche tutto l'aspetto legato all'elettrificazione, che è una parte mancante nella mia esperienza personale e che è anche il lato che più mi ha entusiasmato, trattandosi di un segmento totalmente nuovo. Inoltre in pochissimi hanno l'opportunità di veder nascere una realtà che implica anche lo sviluppo di un sito produttivo, con la visione a 360° di cosa significhi creare un'auto e soprattutto produrla, in uno stabilimento che deve essere ancora completamente costruito. Il fatto poi che questo accadrà all'interno di un campus, rappresenta molto di più della semplice produzione della singola vettura, rappresenta il posizionamento di ciò che sarà SilkFAW nei prossimi anni.

Un nuovo nome

"HongQi è il nome storico creato da Mao Tse Tung che vuol dire 'bandiera rossa' e che in Cina ha una grandissima reputazione. Ma per il resto del mondo sarà necessario un nuovo brand, che definisca la nicchia delle super sportive di lusso



■ il personaggio del mese

■ segue da pag. 12

Quindi per lei è prima di tutto una nuova sfida. Cosa c'è di diverso rispetto alle sue esperienze precedenti?

Questa è per me una sfida estremamente interessante.

C'è la possibilità di creare una squadra, che sostanzialmente avrà un carattere imprenditoriale. L'individuo che decida di entrare in SilkFAW ha voglia di mettersi in gioco e già questo fa la differenza. Siamo uniti da una comune voglia di novità.

Anche l'aspetto legato all'impianto del sito produttivo è una cosa che non ho mai sperimentato perché ho sempre lavorato in aziende già totalmente strutturate. E se da un lato questo può spaventare, essendo un progetto di così grande portata, dall'altro è straordinariamente stimolante perché consente percorsi che io e tanti miei colleghi non abbiamo mai tracciato.

Attualmente avete scelto come sede temporanea il Tecnopolo. Che valenza ha per voi questo luogo?

E' stato molto importante decidere di basare la nostra sede a Reggio Emilia, perché è essenziale per noi cominciare a entrare nelle pieghe e nel tessuto del territorio e avere la possibilità di farci conoscere anche come individui e persone e non solo come gli investitori americani con una componente cinese che arrivano a investire su un terreno della provincia reggiana. Nello specifico si tratta di una serie di persone che hanno sempre lavorato nella Motor Valley e che ora hanno voglia di restituire a questo territorio un po' di quello che hanno avuto negli anni.

Il Tecnopolo ci sta dando questa opportunità ed è bello stare in un contesto che ha tanta storia come quello delle ex Officine Reggiane, che hanno tracciato proprio nell'industria un percorso straordinario. Ripercorrere quella strada è anche di buon auspicio, e avere l'opportunità di stare a contatto con questo territorio è vitale.

La scelta è stata fatta proprio sulla base di questo. Oltre al Tecnopolo poi, visto che



stiamo crescendo, abbiamo una palazzina ex aeronautica vicino al Campovolo dove da circa un mese abbiamo iniziato a insediare. Lì avrà sede il comparto ingegneristico che si occupa dello sviluppo della vettura S9.

Quando è entrata in gioco Katia Bassi nel progetto SilkFAW?

Sono stata contattata da Jonathan Krane ad aprile, e ho deciso di unirmi a questo team che era già in fase di definizione. Sono tutti manager di grande pregio e tra loro ci sono anche ex colleghi con cui ho lavorato benissimo in passato e che ora ritrovo con l'opportunità di ripartire insieme, con una maturità diversa.

Tra questi ricordo Roberto Fedeli, in Ferrari per 23 anni, di cui dieci come CTO, Carlo della Casa, che ha avuto un'esperienza in McLaren e poi in Italia per Lamborghini, Davide Montosi che si occupa del software e che ha lavorato in Ferrari prima di andare all'estero.

Il colosso SilkFAW avrà un grande impatto sul tessuto economico, della città. Cosa risponde alle polemiche sulla presenza cinese che attirerebbe a sé figure manageriali e saperi, a proprio vantaggio?

Questa è una realtà di joint venture che vede l'85% di proprietà del fondo di Jonathan Krane e il 15% di FAW. Già questo dà la misura delle proporzioni.

Il fatto che la Cina abbia deciso di mettere in piedi un'operazione del genere con la società di Krane sul territorio della Motor Valley è al contrario significativo del fat-

to che non abbia nessuna intenzione di esportare questo know-how, che per altro è difficilmente esportabile considerando la filiera dei fornitori. Si parla infatti di peculiarità molto specifiche.

Io lo ritengo piuttosto un atto di grande fiducia perché è la prima volta che un'azienda come FAW affida il proprio brand HongQi a una realtà terza. Brand che era stato fortemente voluto da Mao Tse Tung. Se la Cina avesse voluto creare un polo e accorpare a sé eccellenze italiane avrebbe potuto tranquillamente farlo: con un progetto di questa natura avrebbe potuto farsi seguire senza difficoltà. Invece il messaggio che arriva è: "Cercate di fare quello che a noi non è riuscito: rendere grande questo marchio".

Come mai Reggio Emilia? La nostra città era stata fino ad ora solo sfiorata dalle potenzialità della Motor Valley

Per il progetto che ci è stato presentato dal Comune di Reggio Emilia, sia per quanto riguarda i supporti che per la realtà di uno spazio come quello di Gavassa con 360.000 metri quadrati adatti alla realizzazione di un campus su un terreno che non fosse adibito ad uso agricolo come non lo è quello in questione.

Eravamo tra l'altro in una fase già molto avanzata dal punto di vista della richiesta dei permessi perché era già approvata la costruzione urbanistico industriale. Questo ha giocato un grandissimo ruolo.

Si è dunque trovata una controparte molto collaborativa.

Per tutte queste ragioni la scelta è caduta su Reggio Emilia.



Il futuro stabilimento SilkFAW a Gavassa (RE)

Reggio Emilia è una provincia ricca sotto il profilo industriale, florida di menti, di imprenditori e per molteplici aspetti legati alle produzioni industriali. La SilkFAW si avvarrà di realtà locali?

Assolutamente sì, la stragrande maggioranza di fornitori saranno locali. Se non tutti di Reggio Emilia comunque della regione Emilia Romagna.

Cosa l'ha colpita di Reggio? Era una città che già conosceva?

Non la conoscevo bene come città perché ho sempre gravitato più su Modena ma ho la fortuna di avere amici reggiani di vecchia data, pertanto sono forse più vicina alle persone che al luogo.

Quello che mi colpisce è la grande apertura all'ascolto: mi si chiede di parlare in tanti contesti diversi, per spiegare il progetto, per raccontare la visione, e se da parte nostra abbiamo dato tutta la disponibilità a farlo, dall'altra non c'è stata timidezza nella richiesta.

Mi ha colpito questa volontà di ascolto e questo desiderio di condivisione su quanto sta per succedere.

Il suo ruolo all'interno di SilkFAW. Si è parlato di un ambiente multiculturale. Su che basi ha impostato le sue scelte?

Il nostro obiettivo è quello di assumere persone sulla base degli skills, come suc-

cede nel mondo scientifico, senza fermarci davanti a nessun tipo di condizionamento basato su provenienza, orientamento religioso, ecc. L'obiettivo è la multiculturalità come denominatore comune quando si tratta di assunzioni, dagli ingegneri allo zoccolo duro che dovrà mandare avanti l'azienda, e intesa nella sua accezione etimologica, cioè culture diverse con estrazioni diverse.

Mi piacciono le persone dal forte senso etico, ma che siano molto skillate e che possano dare un contributo di innovazione non solo all'azienda ma anche al prossimo, inteso come colleghi, i quali sono tutti molto determinati a sfruttare al massimo questa avventura dando il meglio di loro stessi.

E sul piano delle strategie aziendali? Come vi muoverete e verso quali obiettivi, visto che si parla comunque di un prodotto di lusso, accessibile a pochi.

Dal punto di vista commerciale noi ci inseriamo in un gap esistente in questo momento in Cina perché le vetture super sportive, per tutta una serie di motivi tra i quali anche i dazi molto pesanti, non hanno una larga diffusione.

Il fatto poi che si parli di una vettura prima ibrida e poi elettrica apre a un mercato completamente nuovo e questo è un aspetto da considerare.

L'idea è quella di creare degli experience centre in cui la clientela, che è molto di nicchia, possa fare un'esperienza legata non solo al prodotto ma anche a tutta la parte di brand. Il campus dovrà avere queste stesse caratteristiche. In questi mesi stiamo definendo il posizionamento, il nome della vettura, i valori, il brand manifesto. Questo sarà un po' la guida in tutte le attività che andremo a realizzare.

Si parla molto di sostenibilità ed è evidente che da questo punto di vista noi siamo 'all in', ma siamo anche uno step successivo, che è quello del benessere oltre che della sostenibilità. E partendo da zero abbiamo la possibilità di creare qualcosa di unico: con un gruppo di persone selezionate secondo questa tipologia di criteri, abbiamo l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro che sia di persone estremamente skillate ma anche serene, dove ci sia la possibilità di esprimersi, perché la creatività deve diventare un comune denominatore di tutte le persone che faranno parte di questa avventura.

Per quanto riguarda il marchio, HongQi è il nome storico creato da Mao Tse Tung che vuol dire 'bandiera rossa'. In Cina Hongqi ha una grandissima reputazione. Le vetture con questo marchio che esistono già in Cina vengono viste con una sorta di devozione, ma sono auto un po' 'agée'. L'obiettivo qui è invece realizzare delle super

■ continua a pag.17

PRENDITI CURA DEI TUOI DIRITTI



DURANTE LA PANDEMIA CI SIAMO SENTITI SOLI.
L'EMERGENZA HA EVIDENZIATO VECCHI E NUOVI BISOGNI DI TUTELA.
I GARANTI REGIONALI POSSONO AIUTARTI AD AFFERMARE,
DIFENDERE, RAPPRESENTARE I TUOI DIRITTI. SENZA COSTI.
GARANTISCE L'EMILIA-ROMAGNA.

 **Regione Emilia-Romagna**
Assemblea legislativa

garantiregionali.emr.it

■ segue da pag. 15

sportive del lusso.

Nel resto del mondo sarà quindi sicuramente necessario cambiare il nome, prima di tutto perché è di difficile pronuncia, e poi per dare un taglio nuovo: sotto lo stesso cappello del marchio HongQi, dovrà entrare un altro brand che definisca la nicchia delle super sportive di lusso.

L'auto sarà prodotta a Reggio. Si potrà acquistare nel momento in cui sarà prodotta dallo stabilimento?

Essendo la prima una Hypercar, verrà fatta un'operazione di pre-selling: cominceremo a prendere ordini con un po' di anticipo, come accade di solito in questo segmento, rispetto a quello che è lo start of production, che dovrebbe partire entro la fine del 2023 con consegne a partire da gennaio 2024.

Si è già fatto avanti qualcuno?

Sì, abbiamo già una ventina di richieste, nonostante non sia stato svelato ancora quasi nulla. Abbiamo avuto richieste anche dall'Italia.

I clienti potranno scegliere il colore?

Si parla del massimo livello di personalizzazione, dal colore dell'auto fino a quello delle cuciture.

Cosa si prova a essere contemplate tra le 100 donne italiane di maggior successo da Forbes Italia?

E' stata una bella sorpresa perché è un bel riconoscimento. Io sono principalmente interessata a dare un contributo ai progetti, non mi sono mai posta l'obiettivo di essere tra le donne più influenti o importanti, pur essendo io molto grata per questo inserimento. Ciò che a me interessa è fare qualcosa che mi entusiasmi davvero.

La cosa più importante per me non sono tanto le aziende o il brand, ma il progetto che c'è dietro. Se questo è interessante e ritengo di poter dare un contributo, mi ci

butto indipendentemente dal settore.

Forbes mi ha assegnato questo titolo quando ero in Lamborghini, forse anche per il fatto che non sono numerose le donne con posizioni apicali nell'automotive, credo sia quello il punto focale. Spero che questa visibilità serva a spronare le donne a presentarsi anche per ruoli che in apparenza o nell'immaginario collettivo non sono così prettamente femminili. Se la presenza in quella classifica potrà aiutare in questo senso, mi fa piacere essere stata compresa.



La sua carriera è un esempio del fatto che una donna può fare tutto

Sì, può fare tutto. Se io dovessi scegliere un mondo nel quale lavorare, personalmente sceglierei quello della moda o del beauty, perché sono ambiti che mi piacciono moltissimo. Ma non ho mai trovato progetti che mi appassionassero in quei settori. Il mio punto quindi è stato chiedermi: prevale il progetto o il gusto personale? Ho deciso di non lasciarmi condizionare dal segmento e di prediligere il progetto. Se non lo avessi fatto non sarei sicuramente andata a lavorare nel mondo

del calcio, perché quello è un ambito che personalmente non mi vede interessata. In quel momento invece, il progetto di internazionalizzazione dell'Inter, che è capitato tra l'altro nell'anno del centenario, mi ha dato più soddisfazione dal punto di vista professionale, di qualunque altro.

Ad oggi qual è quello che più porta nel cuore

Risponderei la mia esperienza in NBA, per due motivi.

Il primo se vogliamo più sentimentale, e l'altro più legato al business.

Dal punto di vista del business è stato essenziale perché tutto quello che so del mondo del digital l'ho imparato lì. Quando sono arrivata, nel 2009, il contesto del digitale in Italia non era neanche preso in considerazione. Quando presentavo proposte sulle piattaforme NBA in Italia mi chiedevano se avevo anche la versione cartacea, qui era considerato ancora un mondo a sé mentre NBA era già in grado di creare un suo canale televisivo monotematico che si chiamava NBA Entertainment.

Questo mi ha dato l'opportunità di farmi una cultura anzitempo e di imparare moltissimo.

La parte emozionale invece è legata innanzitutto a un aspetto che ogni sport porta con sé, e cioè il fatto che non

c'è un'azienda al mondo che per quanti risultati eccellenti raggiunga, abbia migliaia di persone che festeggiano con lei per un successo. Cosa che invece accade nello sport.

Un altro aspetto che mi ha colpito, arrivando dall'ambiente del calcio italiano in cui gli atleti non sono sempre così disponibili, è il fatto di aver trovato in NBA regole ben precise. Ho conosciuto infatti talenti straordinari che erano personalmente coinvolti in attività di charity o di contatto diretto con i loro fan. Era una cosa a cui io non ero abituata. ■