

Vademecum per la migliore accoglienza dei visitatori cinesi nei musei italiani





• Vademecum



Introduzione

Vademecum per il personale dei musei

Cultura & Società

Cina: storia, geografia, costumi ed ecosistema digitale

Etichetta cinese

礼节: quali caratteristiche?

Turisti cinesi

Profili e caratteristiche principali dei turisti cinesi in Italia

Accoglienza

Accoglienza dei turisti cinesi: consigli pratici e di mediazione interculturale

Vocabolario cinese

Espressioni da conoscere

Consigli pratici

Scuole di lingua cinese, Bibliografia



• Vademecum



Introduzione

Vademecum per il personale dei musei

Cultura & Società

Cina: storia, geografia, costumi ed ecosistema digitale

Etichetta cinese

礼节: quali caratteristiche?

Turisti cinesi

Profili e caratteristiche principali dei turisti cinesi in Italia

Accoglienza

Accoglienza dei turisti cinesi: consigli pratici e di mediazione interculturale

Vocabolario cinese

Espressioni da conoscere

Consigli pratici

Scuole di lingua cinese, Bibliografia

Introduzione: vademecum per il personale dei musei



Il Vademecum per il personale dei musei coinvolti nel progetto M.It.i.Ci., promosso dalla Direzione generale Musei del Ministero della cultura con la collaborazione tecnica di Digital to Asia*, nasce con l'obiettivo di orientare il personale dei musei addetto all'accoglienza e di offrire delle linee guida ed informazioni generiche affinché l'accoglienza dei turisti e visitatori cinesi avvenga nel miglior modo possibile.

Le indicazioni che seguono sono, da una parte, legate **al concetto di "etichetta" in Cina (礼节 *lijie* o 礼 *li* in cinese)**, dall'altra sono legate all'esigenza di riassumere in poco spazio **informazioni pratiche e di mediazione interculturale** valide per gli operatori turistici/museali.

(*Contratto di sponsorizzazione tecnica CIG 8169333AD9)



Viaggiare dopo il Covid-19



Cosa significherà viaggiare dopo il Covid-19 per **i turisti cinesi outbound?**

Intanto, per spiegare il fenomeno del turismo cinese, proviamo a fornire qualche numero. Nel 2018, sono stati circa 150 milioni i cinesi che hanno viaggiato fuori dalla Cina. Nel 2020, prima dell'epidemia di Covid-19, si è stimato un flusso (potenziale) di turisti cinesi outbound di circa 160 milioni di cinesi.

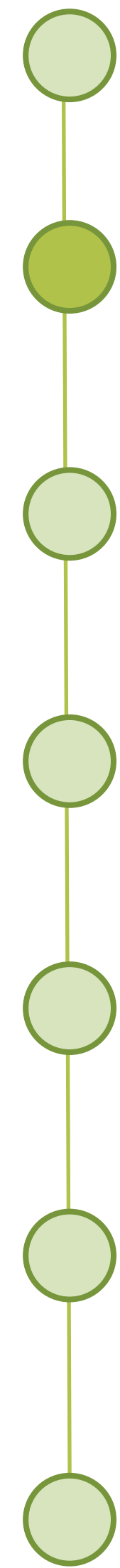
Le parole chiave dei viaggi post Covid-19 da parte dei turisti cinesi outbound:

- 1. Sicurezza sanitaria:** la sicurezza avrà sempre più importanza in generale, ma soprattutto avrà importanza la sicurezza sanitaria;
- 2. Salute:** si sceglieranno viaggi all'insegna del benessere e della salute;
- 3. FIT (Free Independent Travellers):** si preferirà viaggiare in piccolissimi gruppi autorganizzati e autonomi;
- 4. Fuori stagione:** si preferiranno viaggi non stagionali;
- 5. Natura:** sarà una delle caratteristiche preferite per la scelta di un viaggio.





• Vademecum



Introduzione

Vademecum per il personale dei musei

Cultura & Società

Cina: storia, geografia, costumi ed ecosistema digitale

Etichetta cinese

礼节: quali caratteristiche?

Turisti cinesi

Profili e caratteristiche principali dei turisti cinesi in Italia

Accoglienza

Accoglienza dei turisti cinesi: consigli pratici e di mediazione interculturale

Vocabolario cinese

Espressioni da conoscere

Consigli pratici

Scuole di lingua cinese, Bibliografia

Cultura & società: storia, geografia, costumi



Storia: una storia imperiale dal 211 a.C. fino al 1911 d. C. In quasi 2000 anni si sono susseguite in Cina 13 dinastie diverse. Solo nel 1911, grazie alla proclamazione della Repubblica, il sistema imperiale è crollato per dare spazio, dopo anni di guerre e rivolte, alla proclamazione della Repubblica Popolare Cinese nel 1949;

Geografia: la **Repubblica Popolare Cinese** (中华人民共和国, *Zhonghua Renmin Gongheguo*) conta circa 1,4 miliardi di persone ed è il paese più popoloso del mondo. Le 7 megalopoli principali in Cina sono: Pechino, Shanghai, Chongqing, Tianjin, Shenzhen, Guanzhou (conosciuta anche come Canton) e Hong Kong;

Lingua: dal 1932 è stato così adottato ufficialmente il cosiddetto cinese mandarino (普通话 *putonghua* o "lingua comune"), una lingua codificata a partire da una variante locale del cinese mandarino parlata nei pressi di Pechino (北京话 *beijinghua*);

Scrittura: caratterizzata da caratteri cinesi (in cinese 汉字 *hanzi*) o logogrammi dotati di una parte fonetica e di una parte semantica;

Religione: in Cina prima del 1949 si è sempre parlato di sincretismo religioso (confucianesimo, taoismo e buddismo). Attualmente non è riconosciuta alcuna religione di stato ed è, anzi, proclamato l'ateismo di stato;

Etnie: in Cina ci sono 56 Etnie diverse, la cui principale è l'etnia Han (90% della popolazione).





• Vademecum



Introduzione

Vademecum per il personale dei musei

Cultura & Società

Cina: storia, geografia, costumi ed ecosistema digitale

Etichetta cinese

礼节: quali caratteristiche?

Turisti cinesi

Profili e caratteristiche principali dei turisti cinesi in Italia

Accoglienza

Accoglienza dei turisti cinesi: consigli pratici e di mediazione interculturale

Vocabolario cinese

Espressioni da conoscere

Consigli pratici

Scuole di lingua cinese, Bibliografia

Etichetta cinese: quali caratteristiche?



1. L'etichetta in Cina (in cinese 礼) è da far risalire, indubbiamente, al substrato **confuciano** della società (forte stratificazione sociale e gerarchie molto rigide). Il protocollo cinese, infatti, si applica soprattutto tra persone della stessa "cerchia" (lavorativa e/o amicale/famigliare). Nel caso in cui, ad esempio, faccia visita al museo una delegazione cinese (diplomata, politica, imprenditoriale) sarebbe opportuno che siano i massimi dirigenti del Museo ad accogliere tale delegazione mostrando **un proprio bigliettino da visita** (stesso dicasi per le guide turistiche);
2. Le **"buone maniere"** sono, ovviamente, norme sociali codificate e, solitamente, legate all'esigenza di **"non perdere la faccia"**. In italiano diciamo anche "non fare brutta figura" che equivale esattamente allo stesso concetto, ma con una connotazione molto più forte che, in alcuni casi, può risultare anche incomprensibile da una mente occidentale. «Avere la faccia», (有面子) *you mianzi* significa essere rispettati dalla società, «Perdere la faccia» (丢面子) *diu mianzi* è, invece, la cosa più grave che possa capitare ad una persona cinese inserita in società. **Ex.** la critica è preferibile farla in privato e con toni pacati e non in pubblico. Diversamente, si rischia una «perdita della faccia, *mianzi*».

Nota bene: nessun turista cinese si aspetterà che vengano rispettate tali norme, ma è consigliabile prendere nota di queste poche regole per mettere a loro agio i visitatori cinesi.

Etichetta cinese: quali caratteristiche?



3. È consigliato **sempre** preparare dei bigliettini da visita in lingua inglese o aggiungere 女 (*nv*, per donne) 生 (*sheng*, per uomini) o il job title/titolo in cinese a fianco al nome e cognome della persona con cui i turisti cinesi si relazioneranno. In cinese si usa scrivere prima il Cognome e poi il Nome. Per le persone cinesi, è fondamentale conoscere **il grado gerarchico** e la posizione lavorativa dell'interlocutore (in questo modo si sentiranno meno in imbarazzo e più preparati).

Come si presenta il bigliettino da visita? Si presenta all'interlocutore con due mani, con le scritte rivolte verso il ricevente. Prima di riporlo in tasca o in borsa, è consigliabile leggere il bigliettino da visita attentamente.

Se non si ha il bigliettino da visita? Un aspetto importante è quello della sobrietà nelle presentazioni, sono gradite le strette di mano e molto gradita è anche la presenza di intermediari che parlano cinese.

4. Che cosa è il 关系 **guanxi**? Il guanxi è uno di quei concetti intraducibili in un'altra lingua. Si potrebbe tradurre come «connessioni, relazioni», raccomandazioni». Per i cinesi il guanxi conta molto più di tanti altri aspetti: avere un guanxi forte (network) può essere fondamentale in tante occasioni.



Etichetta cinese: quali caratteristiche?



5. È preferibile **non indicare con il dito**: è considerata maleducazione;
6. Non fare **troppe domande** (essere discreti e non inondare con troppe domande gli interlocutori) è raccomandato. Al contrario, con alcuni turisti cinesi, potrebbe capitare di sentirsi domandare se si è sposati o quanto si guadagna: questo non deve stupire l'interlocutore italiano;
7. È consigliabile **non indossare il colore bianco** (segno di lutto in Cina). Giallo e rosso sono due colori che, invece, portano bene;
8. **Il numero quattro è un numero sfortunato**. Infatti quattro in cinese si dice 四 *si* che ha la stessa pronuncia della parola 死 *si* di morte, fortunati sono invece il numero sei e il numero otto;
9. Sempre per la questione della «faccia», i cinesi **esprimono raramente ciò che pensano** in modo diretto e schietto, preferendo di gran lunga girarci intorno o decidendo, ad esempio, di annuire o confermare qualcosa che, invece, si rivelerà non vero o non accettato.





• Vademecum



Introduzione

Vademecum per il personale dei musei

Cultura & Società

Cina: storia, geografia, costumi ed ecosistema digitale

Etichetta cinese

礼节: quali caratteristiche?

Turisti cinesi

Profili e caratteristiche principali dei turisti cinesi in Italia

Accoglienza

Accoglienza dei turisti cinesi: consigli pratici e di mediazione interculturale

Vocabolario cinese

Espressioni da conoscere

Consigli pratici

Scuole di lingua cinese, Bibliografia

Turisti cinesi: profili e caratteristiche



Sono molteplici le classificazioni che riguardano i turisti cinesi outbound in Europa. La suddivisione seguente tenta di fare una sintesi tra le principali tenendo conto del focus «musei». Possiamo suddividere i turisti cinesi outbound in Europa in:

- 1. Delegazioni** diplomatiche, politiche, imprenditoriali: con tali delegazioni è fondamentale rispettare una certa etichetta (poche, ma chiare regole, vedi sezione «Etichetta»);
- 2. Gruppi organizzati (da tour operator):** 10-15 persone. È una tipologia di viaggio più popolare che, negli ultimi anni, sta quasi scomparendo o è sempre meno diffusa. Nel periodo post - Covid, non sarà indubbiamente il viaggio preferito, anche se manterrà sempre una certa popolarità data la difficoltà che spesso incontrano i turisti cinesi nell'organizzarsi autonomamente;
- 3. Foreign Independent Travellers (FIT):** nel manuale *Come accogliere i turisti cinesi* (Dall'Ara – Dionisio) sono indicati come turisti di seconda e terza generazione. Viaggiano in piccolissimi gruppi, sono molto più esigenti e organizzano il viaggio autonomamente (sono molto digitalizzati e con un ottimo livello di istruzione) concentrandosi su un solo paese. Secondo Europass, dopo l'emergenza Covid-19, rappresenteranno il 92% dei visitatori cinesi.





• Vademecum



Introduzione

Vademecum per il personale dei musei

Cultura & Società

Cina: storia, geografia, costumi ed ecosistema digitale

Etichetta cinese

礼节: quali caratteristiche?

Turisti cinesi

Profili e caratteristiche principali dei turisti cinesi in Italia

Accoglienza

Accoglienza dei turisti cinesi: consigli pratici e di mediazione interculturale

Vocabolario cinese

Espressioni da conoscere

Consigli pratici

Scuole di lingua cinese, Bibliografia

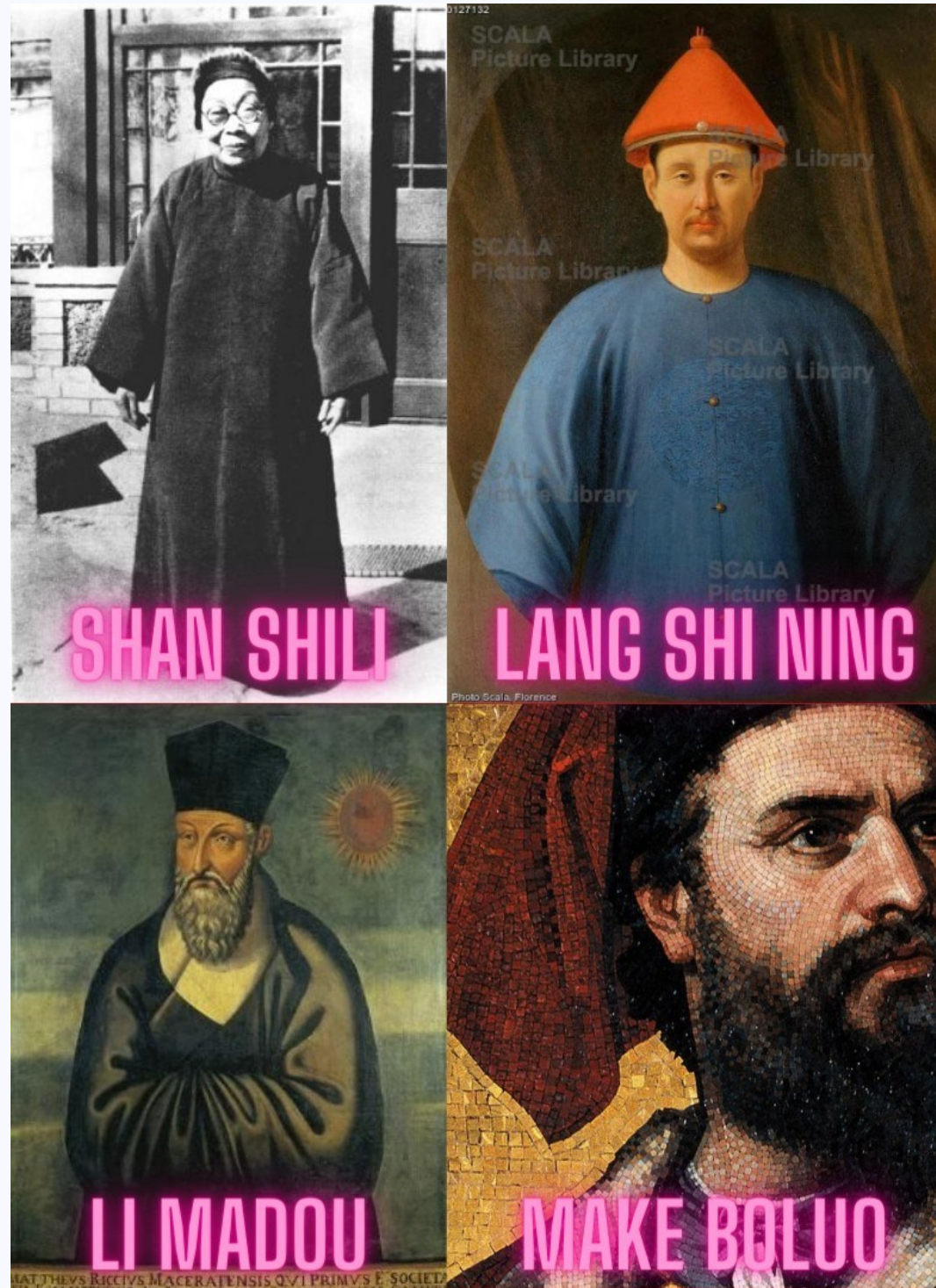
Accoglienza: consigli pratici e di mediazione interculturale



1. Se si organizza un evento rivolto ai visitatori cinesi, sarà molto apprezzato un **programma dettagliato della giornata** (quali attività sono previste e quali incontri si faranno). I visitatori cinesi amano la pianificazione e sarà un modo per “farli sentire a casa” e a loro agio. Anche ricevere informazioni in anticipo può essere molto apprezzato;
2. **Il ritardo** è considerato una gravissima mancanza di rispetto ed è consigliabile arrivare sempre puntuali agli appuntamenti (nel caso di incontri con delegazioni e/o con gruppi che hanno richiesto incontri specifici con il personale del Museo o alle quali la direzione del Museo vuole fare omaggio);
3. E' abbastanza nota la passione dei cinesi **per l'acqua calda e per il tè**. Se il museo dispone di una «buvette» o di un punto ristoro, il personale deve essere informato di questa tradizione (non legata alla volontà di risparmiare, ma sentita come un bisogno primario dai turisti cinesi). Laddove non fosse presente un bar o un punto ristoro, si possono prevedere dei distributori di acqua calda (bollitori ad esempio). Potrà sembrare una stranezza, ma i visitatori cinesi apprezzeranno molto tale “gentilezza” nei loro confronti. **Nota bene:** è importante segnalare in lingua cinese la presenza del distributore e la sua funzione;
4. La **conoscenza della cultura cinese** sarà elemento molto gradito per i visitatori cinesi.
Nota bene: spesso è meglio **non parlare di politica**. Questo potrebbe causare non poco imbarazzo agli interlocutori cinesi.



Accoglienza: consigli pratici e di mediazione interculturale



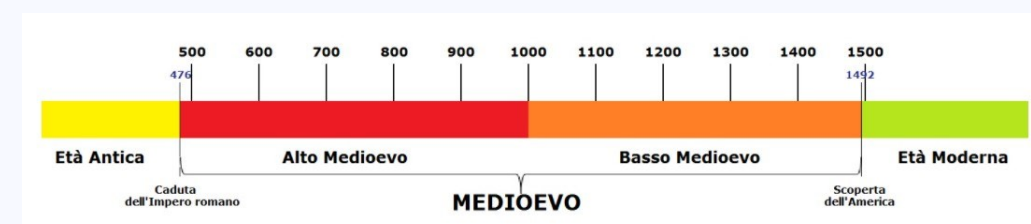
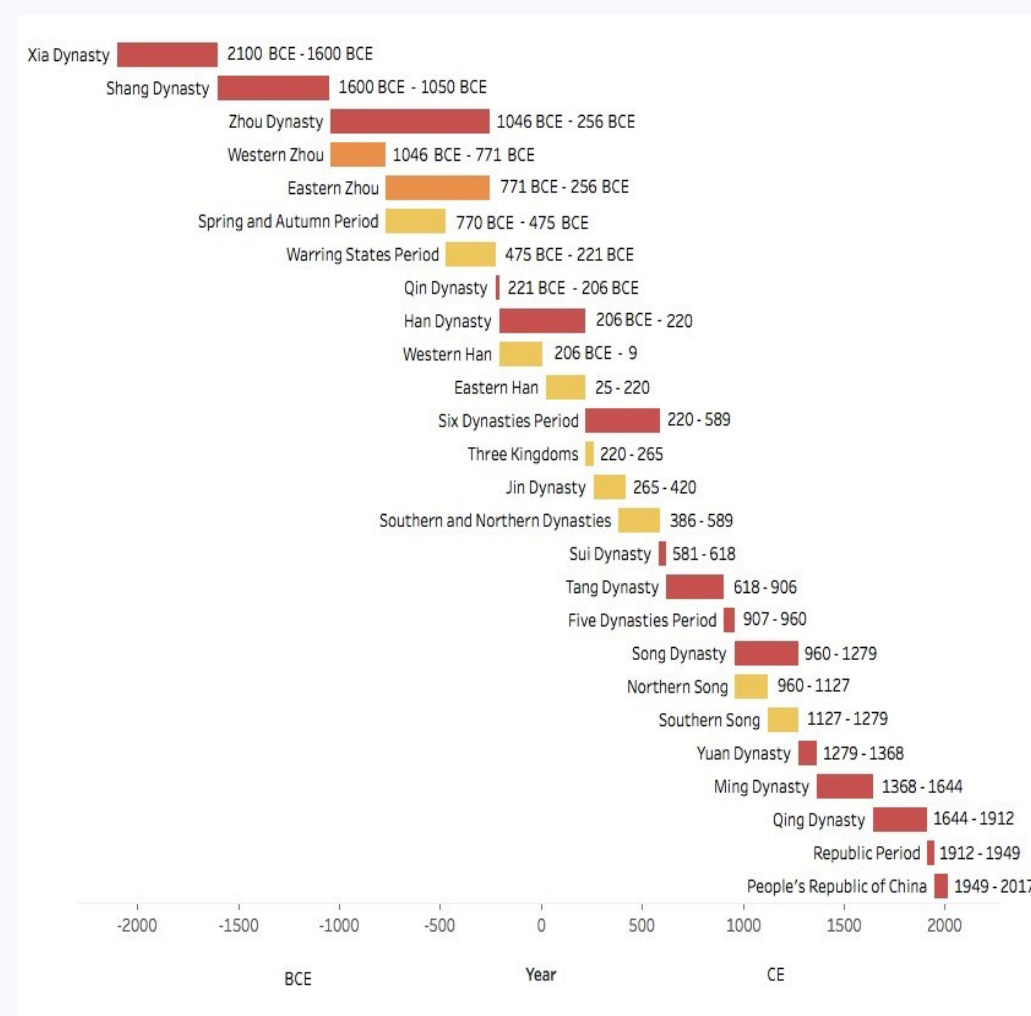
Gli interlocutori cinesi apprezzeranno notevolmente la conoscenza della cultura cinese da parte degli interlocutori italiani: soprattutto, sarà apprezzata **la conoscenza della storica e profonda amicizia tra Italia e Cina** di cui si è celebrato recentemente il 50mo anniversario delle relazioni (Consigliato sul tema Giuliano Bertuccioli, Federico Masini «Italia e Cina», L'asino D'oro).

In questa slide troviamo **tre personaggi chiave della cultura italiana in Cina**, completamente integrati nella cultura cinese:

1. **Lang Shi Ning** (Milano, 1688 – Pechino, 1766): al secolo **Giuseppe Castiglione**, gesuita e pittore che lavorò alla corte di 3 imperatori Qing. E' ancora oggi considerato uno dei pittori più importanti in Cina;
2. **Li Madou** (Macerata, 1522, Pechino 1610), nome occidentale «**Matteo Ricci**» scienziato e teologo dotato di una memoria eccezionale: fece conoscere ai cinesi la geometria euclidea e le scienze occidentali;
3. **Make Boluo** (Venezia, 1254 – Venezia, 1324), **Marco Polo** è stato indubbiamente uno dei viaggiatori più importanti e temerari della storia dell'umanità. Con il suo «Milione» ci ha permesso di avere uno sguardo sulla Cina e sull'Asia di quei tempi.
4. L'ultima, ma non per importanza, è **Shan Shili**, prima viaggiatrice cinese donna in Italia agli inizi del Novecento: affronta per la prima volta il tema dell'“altro” e della sua scoperta da una prospettiva non ortodossa, ma più intima e profonda.



Accoglienza: consigli pratici e di mediazione interculturale



5. “Influencer dal passato” (vedi 游记文学 *youji wenxue* o letteratura di viaggio): a fine ‘800 – inizi ‘900 erano tantissime le **delegazioni diplomatiche e/o i singoli viaggiatori che sceglievano l’Italia come meta di viaggio**. Erano viaggi volti a scoprire i segreti della **tecnica o della scienza o semplicemente i costumi e gli usi del Bel Paese**. Conoscere queste storie può essere un potente strumento di comunicazione e di mediazione interculturale. Gli interlocutori cinesi ameranno ascoltare queste storie di vicinanza e incontro. Italia e Cina hanno un’amicizia secolare e sono entrambi paesi ricchi di storia e tradizione: questo è risaputo dai visitatori cinesi e molto amato. Farsi vedere preparati su curiosità di questo genere, farà sicuramente colpo sui visitatori cinesi;

6. La storia europea e la storia cinese sono molto diverse tra loro: la storia europea è fatta di cesure, rotture, crisi e guerre. Quella cinese è dal 211 a. C fino al 1911 caratterizzata da diverse dinastie imperiali che si sono susseguite. Fornire dei **riferimenti cronologici cinesi** a fianco ad eventi/opere/avvenimenti storici europei può essere molto utile per chi non conosce a fondo la storia del Vecchio Continente. **«(...) Il consiglio per rendere l’esperienza di visita piacevole e comprensibile, è di cercare di creare parallelismi tra la cultura millenaria cinese e la nostra.» «(...) L’arte sacra in particolare è un po’ difficile per loro, va’ ben spiegata e presentata»** (Giancarlo Dall’Ara e Patrizia Dionisio, Come accogliere i turisti cinesi, Edizioni Franco Angeli).

Anche Shan Shili affronta il tema della comprensione del sacro in particolar modo quando si reca presso la Basilica di San Pietro.

(Alessandra Brezzi, Note per un dono segreto. Il viaggio in Italia di Shan Shili, Editrice Orientalia)

Accoglienza: come rendere 100% Chinese Friendly il vostro museo

1. Un tema molto caro ai turisti cinesi è quello della **sicurezza personale (in cinese 安全 *anquan*)**. In Italia, ad esempio, i turisti cinesi viaggiano spesso con la paura, a volte, purtroppo, fondata, di essere derubati o raggirati. Comunicare in lingua cinese le misure di sicurezza messe in atto all'interno del sito museale, indicare comportamenti da non tenere (ad esempio rivolgersi solo a guide e eventuali venditori autorizzati) può essere un'idea per assicurare i turisti. Anche sul tema Covid-19 e sicurezza sanitaria, sarà importante comunicare l'avvenuta sanificazione dei locali e tutte le misure a norma anti Covid-19 in cinese e tramite cartellonistica apposita;
2. La **non diffusa conoscenza dell'inglese da parte dei turisti cinesi** può rendere molto utile la presenza di personale che conosce la lingua cinese e/o di indicazioni in caratteri cinesi (directory, brochure e/o indicazioni a fianco ai reperti/opere d'arte presenti);
3. **Indicazioni stradali dettagliate (in lingua cinese)** su come raggiungere il museo potrebbero essere degli strumenti molto utili;
4. Tecnologia ad alto livello, **presenza di tool e touchpoint digitali** colpiranno piacevolmente i turisti cinesi abituati a standard tecnologici e digitali altissimi in Cina (tecnologie che spesso a noi appaiono delle novità assolute, in Cina esistono già da parecchi anni – Vedi Augmented Reality o Virtual Reality);
5. Pagamenti digitali con **WeChat pay e Alipay** sono tra i metodi preferiti di pagamento;

Accoglienza: come rendere 100% Chinese Friendly il vostro museo

6. **Traduzione in cinese (brochure cartacea) delle opere principali del museo (il libretto** che solitamente viene esposto nelle librerie di ogni museo) può essere gradita;
 7. **Travel blogger o KOL cinesi** che visitano i musei e che fanno pubblicità sui loro canali possono essere un potente strumento di marketing verso l'utenza cinese parecchio influenzata dal giudizio della community;
 8. Possono essere utili anche **indicazioni cartacee su altre attrazioni o tour (preferibilmente in lingua cinese)**: i FIT, in particolar modo, amano tour personalizzati e/o customizzati (degustazioni enogastronomiche, escursioni in natura, passeggiate nel verde, ecc);
 9. **La pulizia degli ambienti** interni ed esterni sarà molto apprezzata. I cinesi sono scandalizzati dalla sporcizia per strada e negli ambienti pubblici;
 10. **Un piccolo gift** per omaggiare i visitatori cinesi (ad esempio una postcard in cinese del museo) potrebbe essere un dono molto gradito.
- Nota bene:** i regali sono un terreno scivoloso in Cina e per i cinesi (controllate bene quali sono i regali graditi e quali, invece, sono considerati offensivi!)





• Vademecum



Introduzione

Vademecum per il personale dei musei

Cultura & Società

Cina: storia, geografia, costumi ed ecosistema digitale

Etichetta cinese

礼节: quali caratteristiche?

Turisti cinesi

Profili e caratteristiche principali dei turisti cinesi in Italia

Accoglienza

Accoglienza dei turisti cinesi: consigli pratici e di mediazione interculturale

Vocabolario cinese

Espressioni da conoscere

Consigli pratici

Scuole di lingua cinese, Bibliografia

Benvenuti = 欢迎 *huanying*

Ciao = 你好 *ni hao*

Buongiorno = 早上好 *zaoshang hao*

Buonasera = 晚上好 *wanshang hao*

Grazie = 谢谢 *xiexie*

Prego = 不客气 *bukeqi* oppure 不用谢 *buyongxie*

Biglietto d'entrata (ticket) = 门票 *menpiao*

Biglietto (bambino) = 儿童票 *ertong piao*

Biglietto ridotto = 减价票 *jianjia piao*

Gratis = 免费 *mianfei*

Acqua calda = 热水 *reshui*

Ristorante cinese = 中国餐馆 *zhongguo canguan*

Valigia = 行李 *xingli*

Handfree shopping = 面体购物 *miantigouwu*



• Vademecum



Introduzione

Vademecum per il personale dei musei

Cultura & Società

Cina: storia, geografia, costumi ed ecosistema digitale

Etichetta cinese

礼节: quali caratteristiche?

Turisti cinesi

Profili e caratteristiche principali dei turisti cinesi in Italia

Accoglienza

Accoglienza dei turisti cinesi: consigli pratici e di mediazione interculturale

Vocabolario cinese

Espressioni da conoscere

Consigli pratici

Scuole di lingua cinese, Bibliografia

In Italia, negli ultimi anni, si è diffuso tantissimo lo studio della lingua e della cultura cinesi tramite la promozione di corsi curriculari e non.

Segnaliamo di seguito degli enti, delle associazioni e/o delle istituzioni che possono rispondere alla richiesta di approfondimento e studio da parte degli Enti Museali coinvolti nel bando Mibact.

1. Istituto Confucio Pisa: <https://www.santannapisa.it/it/confucio/istituto-confucio/>;
2. Istituto Confucio Firenze: <https://www.istitutoconfucio.unifi.it/>;
3. Istituto Confucio Torino: <https://istitutoconfucio.torino.it/>;
4. Istituto Confucio Genova: <https://www.universita.it/confucius-institute-genova/>;
5. Istituto Confucio Roma: <http://www.istitutoconfucio.it/index.php>;
6. Istituto Confucio Napoli: <https://www.confucio.unior.it/>;
7. Taranto Cina: <https://www.riseupwithus.it/>;
8. Going to Asia: <https://goingtoasia.org/>;
9. Fondazione Italia Cina: <https://www.fondazioneitaliacina.it/>;



Bibliografia:

Giancarlo Dall’Ara e Patrizia Dionisio, «Come accogliere i turisti cinesi», Edizioni Franco Angeli Chiara Bulfoni - Paolo De Troia - Valentina Pedoni – Zhang Tongbing, «Il cinese per il turismo», Hoepli Giuliano Bertuccioli, Federico Masini «Italia e Cina», L’asino D’oro
Rana Mitter, «La Cina Moderna», Bruno Mondadori
Alessandra Lavagnino, Silvia Pozzi, «Cultura cinese» (Segno, scrittura e civiltà), Carocci editore

Sitografia:

[Europass – Survey 8-10th May](#)

<https://dragontrail.com/resources/blog/chinese-customized-travel-industry-report> <https://www.saporedicina.com/etichetta-cinese-guida/>

<https://www.china-files.com/il-viaggio-in-italia-di-shan-shili/>

<http://www.womenofchina.cn/womenofchina/html1/history/14/459-1.htm>

