

Lazise, 12 ottobre 2024

Scoprire l'acqua calda: fattori culturali nell'accoglienza dei turisti cinesi

Paolo De Giovanni
Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano

paolo.degiovanni@unicatt.it

Chi sono i “turisti cinesi”?

- **Cinesi che vivono stabilmente in Cina**
- **Cinesi che vivono già all'estero**
- **Cinesi che si trovano già in Italia per altri motivi temporanei (studio, lavoro)**
- **Cinesi che vivono stabilmente in Italia, “seconde generazioni”, sinoitaliani...**

- **Famiglie**

- **Giovani**

- **Gruppi**

- **Pensionati**

Perché i turisti cinesi viaggiano?

- **读万卷书，行万里路** Leggere diecimila libri, camminare per diecimila *li*: scopo conoscitivo
- **Uscire dall'ambiente urbano alla ricerca di ambienti naturali: il simbolismo naturale della tradizione cinese**
- **Passare tempo con la famiglia, non solo figli, ma anche i genitori**
- **I viaggi all'estero come status symbol, per “avere la faccia”**
- **Il viaggio all'estero “una volta nella vita”**

Quando i turisti cinesi viaggiano?

- Il Capodanno cinese (una settimana) —▶ soprattutto un turismo “di ritorno”
- Le due *golden weeks* del 1° maggio e 1° ottobre —▶ turismo anche all'estero
- Altre festività “secondarie”, come festa delle Barche drago, festa di mezzo autunno... (tre giorni) —▶ turismo interno o nei Paesi vicini
- Vacanze invernali e estive per studenti e docenti —▶ periodo di grande mobilità, estate in particolare, per alcune categorie
- Le ferie annuali —▶ limitate e non uguali per tutte le categorie
- La pensione —▶ mobilità in tutti i momenti dell'anno, spesso in gruppo

Il potenziale dell'Italia...

- Il valore simbolico culturale —→ “culla” della civiltà romana e rinascimentale (Marco Polo e Matteo Ricci)
- Il patrimonio storico-culturale
- Il patrimonio paesaggistico e naturalistico
- Una cucina maggiormente apprezzata rispetto alle altre cucine europee e occidentali

... e un problema

- Frequenza di furti e taccheggi: “不偷不是意大利 se non rubano non è Italia”

La cultura del cibo

- Il legame tra alimentazione e medicina tradizionale
- Valore simbolico associato a numero dei piatti, forme e omofonia
- La tavola rotonda e il “capotavola”
- L’assenza di portate e la condivisione dei piatti
- La cultura dei *baijiu*: brindisi, regali e valore economico
- Alcune difficoltà di adattamento alla cucina italiana: cotture, crudi, latticini, caffè...



Alcune modalità particolari di turismo

- Il “turismo social” e la modalità “timbrare cartellino” 打卡



- Il turismo “matrimoniale”



Il valore simbolico di numeri e colori

- **La cultura cinese ha una sensibilità particolare nei confronti di numeri e colori**
- **6 e 8 sono considerati numeri fortunati (16, 18, 66, 88 ...)**
- **Il 4 invece non è amato, in quanto ha una pronuncia simile a “morte”**
- **Il rosso è il colore associato alla festa, alla fortuna, alla prosperità**
- **Il bianco è associato alla morte**

L'“universo” digitale cinese

- Il blocco dei social media occidentali
- I social media cinesi: *Douyin* (TikTok), *Xiaohongshu*, *Kuaishou*...
- La super-app: WeChat —> messaggistica, canali ufficiali, acquisto biglietti treni, voli e trasporti pubblici, prenotazione alberghi, mini-programmi interni, pagamenti, sezione social (momenti e video)
- I pagamenti digitali: WeChat e Alipay + UnionPay
- Piattaforme di prenotazioni alberghiere e guide: *xiecheng* (trip.com), *qunaer*



L'importanza della lingua

- La barriera linguistica-culturale
- Evitare traduzioni automatiche senza revisione umana
- Le nomi e toponimi in cinese:
 - Lago di Garda: *Jiāěrdá hú* 加尔达湖
 - Lazise: *Lāqísāi* 拉齐塞



Bandiere, carte geografiche, passaporti e questioni politiche “sensibili”

- **La Repubblica popolare cinese**
- **Le due regioni amministrative speciali:**
 - **Hong Kong**
 - **Macao**
- **La Repubblica di Cina e la questione di Taiwan**

