

Pianeta Cina, conoscere per capire

Pubblicato: Giovedì 12 Maggio 2005



Guanxi, ovvero le relazioni. È in questa parola che si concentra l'essenza della concezione cinese in fatto di contatti umani, anche nel campo del business. A spiegarlo è **Margherita Sportelli** (foto), sinologa (ovvero studiosa della lingua e della cultura cinese) e ottima conoscitrice del gigante dell'Oriente per avervi vissuto a lungo. La docente, che collabora con varie istituzioni tra cui l'Università Bocconi e la Fondazione Italia-Cina, è stata invitata dall'**Università Cattaneo-LIUC** di Castellanza per l'incontro dal titolo "**Capire la Cina: cultura e business**", promosso dall'**Associazione studentesca Amici di Carlo Cattaneo** nell'ambito del "**Progetto Cina**".

La Cina, Paese enorme (**un miliardo e trecento milioni di abitanti**, ndr) e di antichissima cultura, oggi fa paura a tutti per la sua immane espansione economica. Ma contrariamente a quanto si potrebbe pensare, la cultura cinese è fatta di tempi lunghi e di **prudenza**, come dimostrano anche le vicende politiche degli ultimi trent'anni, che hanno visto certamente la graduale **apertura** attuata da Deng Xiaoping verso il mondo esterno (un evento dirompente per un paese storicamente arroccato nella millenaria convinzione di essere **Zhongguo**, il "**Paese di mezzo**", il centro del mondo), ma anche le cautele dell'attuale leader Hu Jintao. Quest'ultimo starebbe infatti gettando acqua sull'incendio dell'esplosivo sviluppo che minaccia di spezzare l'**unità** della nazione, dove a città ricche e "occidentalizzate" si contrappongono campagne ancora povere e marginali dove vivono i tre quarti dei cinesi. Oggi, spinta dall'orgoglio della propria lunga storia, la Cina mira ad imporsi come egemone nella strategica area politico-commerciale dell'**Oceano Pacifico**, che ha recentemente superato, in termini economici, quella atlantica euro-americana. Nondimeno, per conseguire questo obiettivo essa non è disposta a farsi dividere dalle inevitabili **disparità** prodotte dal proprio stesso tumultuoso sviluppo.

Per capire i cinesi e stringere con loro proficui rapporti d'affari è importante tenere bene presenti vari aspetti della loro cultura. Innanzitutto il **tempo**: per noi è una risorsa da razionalizzare al massimo, per loro invece non si spende come denaro, bensì si impegna nella tessitura delle preziose *guanxi*, le relazioni che improntano di sé un'intera cultura. Si tratta di relazioni strette, soprattutto quelle a **carattere familiare**, che si configurano come fonte di **obblighi e condizionamenti**, ma anche di **vantaggio competitivo** e di forza contrattuale. Una buona rete di conoscenze, parentele e relazioni rende **autorevole** la persona. Se uno straniero vuole dunque entrare in Cina e farsi ascoltare, deve saper stare alle regole del gioco per crearsi le proprie *guanxi* con i suoi interlocutori cinesi.



Tra l'approccio cinese e quello occidentale ci sono differenze profonde, addirittura **filosofiche**, cui spesso non si pensa neppure. Mentre noi tendiamo a contrapporre concetti opposti come avversi, i cinesi li considerano **complementari** ed entrambi necessari al Tutto. Il celebre **simbolo del Tao (a lato)**, come illustrato dalla professoressa Sportelli, da questo punto di vista è esplicativo di un'intera cultura: vi si vedono bianco e nero, Yin e Yang (i due principi naturali fondamentali secondo la tradizione classica cinese, ndr), mescolarsi e contrapporsi a un tempo, componendo insieme la **necessaria unità** del cerchio. Di conseguenza, anche nel rapporto d'affari l'approccio sarà molto particolare. Se per l'occidentale la trattativa è una gara di **tiro alla fune**, in cui il più forte vince, per il cinese è invece un lento e accorto **avviluppare** l'interlocutore, studiandolo attentamente. Dal reciproco studiarsi, aggirarsi e tornare sulle posizioni di partenza per poi rilanciare di nuovo nasce il bene prezioso della **relazione** e l'accordo che ne consegue. Per fare un esempio pratico delle enormi diversità riscontrabili, noi occidentali per mettere qualcuno sotto pressione diciamo qualcosa, aspettandoci una risposta

egualmente assertiva; i cinesi, invece, **pongono domande**, cui spesso dsi risponde... **con un'altra domanda**. Questo anche perchè per i cinesi **perdere le staffe è l'ultima delle cadute di stile**: ci si perde letteralmente la faccia. Da qui la tradizionale pazienza e l'apparente imperscrutabilità degli orientali. Chi vorrà trattare con un cinese dovrà pertanto armarsi di santa pazienza e sapere che i convenevoli saranno lunghi ma hanno grande importanza, perchè permettono agli interlocutori di studiarsi a fondo. Da questo punto di vista, rimarca Sportelli, i **pranzi di lavoro** sono fondamentali: è a tavola che il cinese osserverà con acume la persona con cui sta trattando, in un sottile duello di intelligenze che crea, appunto, la relazione. Se poi il tempo a disposizione per trattare è limitato (e gli occidentali, si sa, hanno sempre fretta), è bene **avvertire** la controparte cinese, ma con un certo anticipo: essa saprà quindi regolare il suo spazio di manovra per giungere all'accordo desiderato.

Per i cinesi la **fiducia** conta moltissimo, e si basa non tanto su leggi e contratti, ma sul **rispetto della parola data**, tanto più vincolante quanto più è stretta la relazione. Addirittura, **in Cina non esiste un codice civile scritto**, e quello commerciale è stato modellato su esempi occidentali, più che altro per le necessità del commercio internazionale. Quest'ultimo resta comunque, secondo Margherita Sportelli, un aspetto utile ma non fine a se stesso per i cinesi, che mirano soprattutto a **consolidare il mercato interno** ed il proprio ruolo nel Pacifico: non sono una **civiltà conquistatrice** come quelle occidentali (anche se tibetani, uiguri e mongoli avrebbe qualcosa da dire al riguardo, ndr). Se la Cina ci invade con i suoi prodotti è perchè siamo un **mercato appetibile**, che paga presto e bene: l'inverso in genere non avviene per un problema di **scarsa competitività** del prodotto italiano. «**Il problema è nostro, non loro**» chiosa Sportelli: e questo è il punto chiave. **Siamo noi a dover cambiare**, se vogliamo continuare a prosperare.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it