



Programma a cura di

Scuola di Formazione Permanente  
della Fondazione Italia Cina  
意中基金会之长期培训学校

# OPPORTUNITÀ DI BUSINESS NELLA CINA POST COVID-19

Programma formativo riservato alle imprese della  
VALTELLINA

SCARDACCIONE  
PELANDINI  
Studio Legale

欧仕募 1816

webtek

Fondazione Italia Cina  
意中基金会

In collaborazione con

Banca Popolare  
di Sondrio

con il patrocinio di

Provincia di Sondrio

# LA ROAD MAP DELLE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS ITALIA-CINA

# 2022 | 2026

Il progetto è disegnato per consentire a manager e professionisti pubblici e privati del territorio di SONDRIO e della VALTELLINA di individuare opportunità di business con una visione progettuale di medio-lungo termine, per farsi trovare pronti agli appuntamenti più significativi dei prossimi anni.

ANNO DELLA CULTURA  
E DEL TURISMO ITALIA – CINA

OLIMPIADI INVERNALI  
DI PECHINO

CIIE CHINA INTERNATIONAL  
IMPORT EXPO

OLIMPIADI INVERNALI  
DI MILANO E CORTINA



Un approccio integrato, realizzato dalla Scuola di Formazione Permanente della Fondazione Italia Cina con il supporto del Centro Studi e in partnership con OSM1816 e Scardaccione Pelandini Studio Legale.

SP | SCARDACCIONE  
PELANDINI  
Studio Legale

欧仕募 1816

webtek

Fondazione Italia Cina  
意中基金会

## A CHI È RIVOLTO

Pensato per manager e imprenditori motivati ad acquisire competenze di alto profilo, indispensabili per guidare la propria azienda nel mercato cinese.

## OBIETTIVI

- 1** Comprendere la Cina contemporanea attraverso i suoi aspetti socioculturali più caratterizzanti per anticipare trend futuri
- 2** Sviluppare un know how specifico con riferimento alla cultura cinese e alla diversa gestione delle relazioni interpersonali nel contesto business
- 3** Implementare strategie dedicate al consumatore cinese alto spendente armonizzando vendite, comunicazione e value proposition





In collaborazione con



**Banca Popolare  
di Sondrio**

Fondazione Italia Cina  
   
意中基金会



Scuola di Formazione Permanente  
della Fondazione Italia Cina  
意中基金会之长期培训学校

CULTURA &  
SOFT SKILLS

MODULO #1

**WELCOME TO CHINA: A CULTURAL SHOCK** | ABITUDINI, TREND E TRASFORMAZIONI NELLA CINA CONTEMPORANEA

MODULO #2

**INTERCULTURAL MANAGEMENT** | ANALISI DELLA PROSSEMICA E STRATEGIA DELLE RELAZIONI BUSINESS

MODULO #3

**CHINESE FRIENDLY BUSINESS ETIQUETTE** | CUSTOMER JOURNEY E CRM DEDICATO

STRATEGIA &  
MANAGEMENT

MODULO #4

**SCENARI E PROSPETTIVE ECONOMICHE** | IL NUOVO MODELLO ECONOMICO CINESE

MODULO #5

**POLITICA E ISTITUZIONI IN CINA** | IL SOGNO CINESE DELLA LEADERSHIP DI QUINTA GENERAZIONE

MODULO #6

**GESTIONE DEL RISCHIO COMMERCIALE** | NELLE TRANSAZIONI DA E VERSO LA CINA

MODULO #7

**GESTIONE DEL RISCHIO FINANZIARIO** | SULL'OSCILLAZIONE DEI CAMBI

MODULO #8

**TUTELA LEGALE IN CINA** | DIRITTO SOCIETARIO E STRUMENTI GIURIDICI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

MODULO #9

**PROFILAZIONE DEI CONSUMATORI CINESI** | SEGMENTAZIONE DELLA CLIENTELA

MARKETING &  
COMUNICAZIONE

MODULO #10

**L'ECOSISTEMA DIGITALE CINESE** | COMUNICAZIONE OMNICHANNEL IN CINA

MODULO #11

**MARKETING IN CINA** | STRATEGIE COMMERCIALI NELLA CINA POST COVID-19

MODULO #12

**STRATEGIE DI BRAND NAMING** | LA LINGUA CINESE E IL POSIZIONAMENTO DEL BRAND

MODULO #13

**WECHAT DIGITAL LAB** | FUNZIONALITÀ DEL PIÙ POTENTE SOCIAL CINESE

IL PROGRAMMA FORMATIVO

I moduli in cui è possibile strutturare il programma

CULTURA &  
 SOFT SKILLS

MODULO #1 **WELCOME TO CHINA: A CULTURAL SHOCK**

La cultura come asset strategico sul quale incentrare le proprie strategie di internazionalizzazione verso la Cina: competenze, concetti e preconcetti che emergono quando do si opera nel contesto cinese e le strategie per soddisfare le aspettative del cliente, partner, ospite cinese.

MODULO #2 **INTERCULTURAL MANAGEMENT**

Un'analisi della prossemica e delle relazioni interpersonali per acquisire un sistema di conoscenze indispensabile per operare in modo consapevole con il partner cinese. Dalla cultura delle *guanxi*, la rete di relazioni interpersonali su cui si fonda la socialità cinese, alla centralità del principio di *renqing*, la reciprocità confuciana alla base delle strategie *win win* adottate nella negoziazione commerciale.

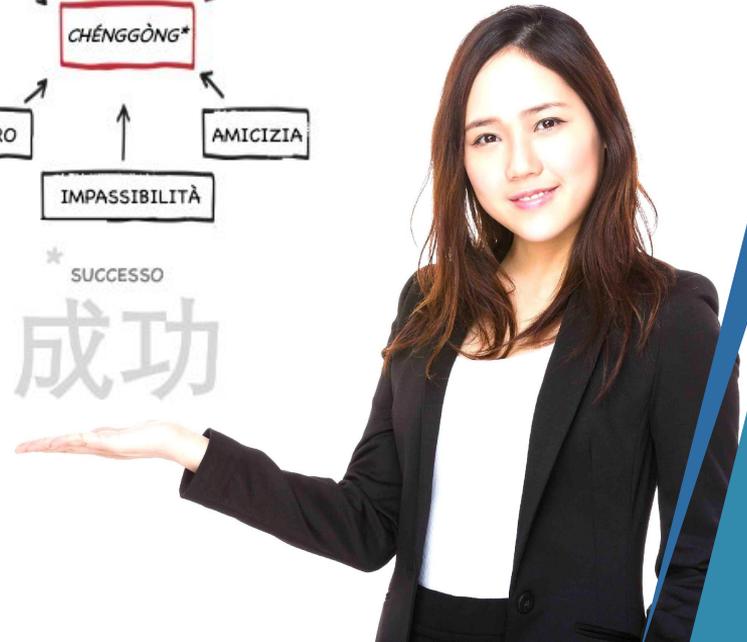
MODULO #3 **CHINESE FRIENDLY BUSINESS ETIQUETTE**

La scoperta delle best practice nella ritualità con il cliente, il partner, il dipendente cinese, in presenza o nei rapporti di business a distanza. Attraverso il *role playing* è possibile acquisire le corrette strategie di comunicazione verbale, meta verbale non verbale da dedicare al partner cinese.



\* SUCCESSO

成功





STRATEGIA &  
MANAGEMENT

MODULO #4 **SCENARI E PROSPETTIVE ECONOMICHE**

Comprendere la fase di normalizzazione della crescita economica cinese e le prospettive del XIV Piano quinquennale per scoprire le principali direttive del Partito in materia di sviluppo e crescita dei consumi interni. Focus su dati di spesa e consumi della nuova upper middle class, dei millennials come degli HNWI.

MODULO #5 **POLITICA E ISTITUZIONI IN CINA**

Chinese dream: il pensiero di Xi Jinping come chiave di lettura di un'intera generazione. I possibili scenari geopolitici dettati da un complesso rapporto con gli Stati Uniti e con l'Occidente. Conoscere il funzionamento delle istituzioni per operare in uno scenario che richiede competenze specifiche e grande sensibilità.



STRATEGIA &  
MANAGEMENT

MODULO #6 **GESTIONE DEL RISCHIO COMMERCIALE NELLE  
TRANSAZIONI DA E VERSO LA CINA**

Come pagare i fornitori cinesi e come incassare dai clienti mandarini? Come tutelarsi dal rischio di mancato pagamento attraverso prodotti strutturati di Trade Finance? Come assicurare il proprio business in Cina? Breve panoramica anche sul sistema bancario cinese e sulle tipicità esistenti nel mondo finanziario locale.

MODULO #7 **GESTIONE DEL RISCHIO FINANZIARIO  
SULL'OSCILLAZIONE DEI CAMBI**

Come potersi tutelare dalle impreviste variazioni del tasso di cambio tra Euro e Renminbi in presenza di contratti commerciali di lunga durata e di valore rilevante?



MARKETING &  
COMUNICAZIONE

#### MODULO #8 **TUTELA LEGALE IN CINA**

Prima di intraprendere qualsiasi azione sul mercato cinese è importante registrare il proprio marchio in Cina e attivare gli strumenti legali per proteggere le proprie importazioni od esportazioni. In un mercato dove tutto si paga in anticipo, è fondamentale conoscere prima di agire. Il modulo è condotto dallo Studio Scardaccione, forte della sua esperienza nella tutela legale internazionale e attraverso la relazione diretta con studi legali cinesi.

#### MODULO #9 **PROFILAZIONE DEI CONSUMATORI CINESI**

La nuova società dei consumi ed i molteplici profili di consumatori, analizzati attraverso la destrutturazione di una visione stereotipata e l'osservazione per cluster geografici, di status, di età e di genere. Le aspettative, i desideri, i gusti e le diverse abitudini di chi proviene dalle Tier 2 e Tier 3 cities.

#### MODULO #10 **L'ECOSISTEMA DIGITALE CINESE**

Adattare canali e modalità comunicative alle peculiarità delle piattaforme locali, conoscere i trend, le potenzialità e gli strumenti digitali utili per raggiungere e assistere il partner e il cliente cinese costituiscono oggi asset fondamentali.

#### MODULO #11 **MARKETING IN CINA**

La società cinese e le aziende sono state profondamente colpite dal periodo del lockdown generalizzato. L'approccio commerciale interno e soprattutto verso i partner stranieri si è modificato e ha sviluppato nuove regole. Questo modulo approfondisce questi cambiamenti, offrendo nuovi punti di vista per le aziende che già operano o che vorranno operare in Cina.



#### MODULO #12 STRATEGIE DI BRAND NAMING

L'individuazione di una efficace traslitterazione in caratteri cinesi del proprio brand name rappresenta il punto di partenza di ogni strategia di posizionamento sul mercato cinese e da essa dipende il successo di ogni iniziativa di marketing. Curato da un team interculturale della Fondazione e della Camera di Commercio Italo Cinese.

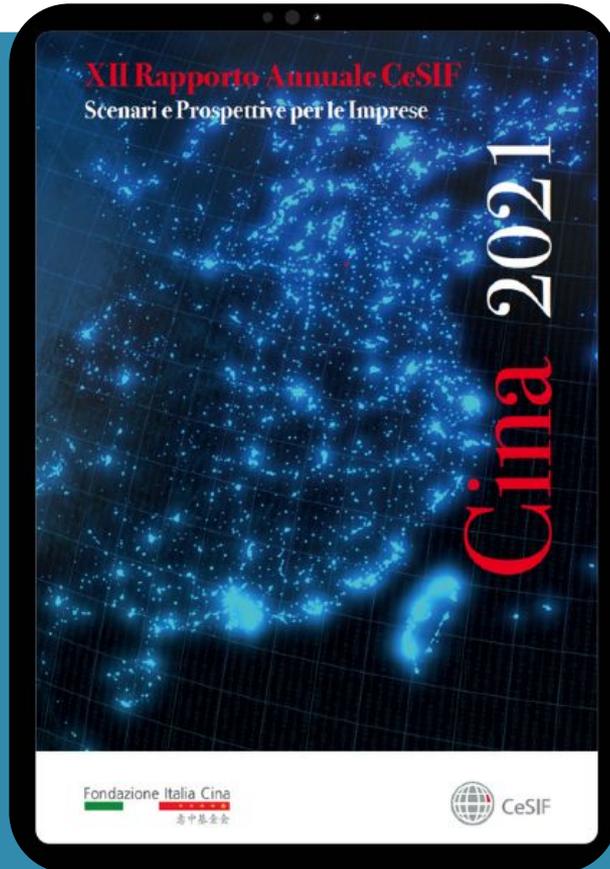
#### MODULO #13 WECHAT DIGITAL LAB *In partnership con* Tencent 腾讯

Le diverse attitudini di comunicazione on line di un popolo che vanta il più grande numero di *netizens* del mondo. Il laboratorio permette di realizzare e gestire un account WeChat per entrare in contatto con i colleghi, i partner e i clienti cinesi.

#### MODULO #14 E-COMMERCE LAB

Le corrette strategie per aprire uno store digitale sui marketplace cinesi e raggiungere i propri clienti. Approfondimento sull'approccio all'e-commerce in Cina, le ultime tendenze, grazie alla collaborazione della Fondazione Italia Cina con un gruppo internazionale di primo piano come Alibaba.com.





I partecipanti agli interventi formativi hanno accesso a tutti i materiali utilizzati durante i training, nonché ai materiali provenienti dalle pubblicazioni scientifiche della Fondazione Italia Cina, realizzate periodicamente dal proprio Centro Studi per l'impresa con la partecipazione dei più importanti analisti italiani ed internazionali, che verranno messe a disposizione dell'azienda e dei manager coinvolti nel programma.

Tra i principali:

- Cina 2021. Scenari e prospettive per le imprese. Il XII Rapporto annuale sulle prospettive di sviluppo della Cina e gli scenari per le imprese italiane
- Mondo Cinese, la rivista di studi sulla Cina contemporanea che da oltre 35 anni si occupa di tematiche quali economia, management, diritto, politica, società ed attualità cinese

# BUSINESS IN CINA

MATERIALI  
FORMAZIONE &  
INFORMAZIONE

*Entrare in Cina...  
con quale modello di business?*

*WeChat e Tmall sono più evoluti di Facebook e Amazon,  
perché? Come orientarsi tra le diverse piattaforme digitali?*

*Come gestire dipendenti e partner commerciali e  
organizzarsi per limitare i rischi e gestire le crisi?*

La Cina è la seconda economia al mondo ed è la prima nazione capace di risollevarsi dalla crisi generata dalla pandemia di COVID-19. Un mercato immenso e il modello più sofisticato al mondo per i consumi digitali.

Ma anche attore sempre più influente e controverso nello scacchiere geopolitico mondiale, caratterizzato da tratti culturali altamente identitari e partner commerciale spesso difficile da interpretare.

Lo trovi anche su



 **MONDADORI**  
ELECTA



Andrea Ghizzoni  
Francesco Boggio Ferraris

BUSINESS IN  
**CINA**

Strumenti, strategie e opportunità  
lungo la Nuova Via della Seta

MONDADORI

# Italy China Academy

Diventa un esperto di cultura, business e comunicazione tra Italia e Cina

**Italy China Academy** offre a imprese, istituzioni e professionisti la straordinaria opportunità di potenziare le proprie performance con il partner, il cliente o il dipendente cinese attraverso un percorso di formazione online. Impara dai massimi esperti come realizzare il tuo progetto in Cina.

Acquisirai tutti gli strumenti per comprendere la Cina e le sue complessità

Quali sono gli aspetti rilevanti per un progetto in Cina?

La Cina è oggi la seconda economia mondiale. È il terzo Paese al mondo per estensione geografica ed è il più popoloso del pianeta. Il rapidissimo sviluppo economico che contraddistingue questo Paese rappresenta un'occasione di crescita senza precedenti per la tua azienda e, allo stesso tempo, una sfida dalle complesse sfaccettature.

Per questo nasce il percorso online **Italy China Academy**, per fornire ad aziende e professionisti gli strumenti culturali, strategici, legali, di marketing e di finanza per realizzare un progetto di successo in Cina.

WELCOME  
TO CHINA

Quiz

# Il Percorso

10 moduli, 6 ore di formazione con video, esercizi, infografiche e test

Sapresti associare a ciascun volto la giusta provenienza etnica?

CULTURA E STORIA  
→ plurimillenaria 中国

2°

WELCOME  
TO CHINAPAESE PER  
ESTENSIONE E PIÙ  
POPOLOSO AL MONDO

Tutti i moduli online sono stati costruiti con un metodo che rende il percorso piacevole e concreto. Il corso online è rivolto a tutti i professionisti e le aziende che hanno la necessità di fare business in Cina ed è suddiviso in quattro principali aree:

CULTURA E SOFT  
SKILLS

MANAGEMENT E  
BUSINESS STRATEGY

AMMINISTRAZIONE  
E FINANCE

MARKETING E  
COMUNICAZIONE

Perché è una formazione di valore?

Ogni modulo è composto da video-contenuti trattati da professionisti e docenti di altissimo profilo, applicazioni pratiche, conoscenze fondamentali e curiosità da conoscere, infografiche dove troverai una sintesi visuale dei concetti più importanti. Il tutto è progettato con metodi didattici interattivi e coinvolgenti che offrono la possibilità di testare le tue conoscenze prima di creare rapporti con il mondo cinese.

Alla fine del percorso avrai acquisito tutte le conoscenze necessarie per diventare un vero "China specialist"!

# L'Open Badge Bestr

Al termine del percorso potrai ottenere l'**Open Badge Bestr**: un certificato che identifica, valorizza, raccoglie e racconta le competenze acquisite. Gli Open Badge si presentano come immagini, leggibili da qualsiasi computer, che contengono **metadati** riguardanti la competenza che il badge rappresenta e la persona a cui il badge è stato assegnato.

Ogni badge è unico e, se letto da un sistema che supporta lo standard OBI (<http://openbadges.org/>), **racconta la storia di chi lo detiene**: nome e cognome, la data in cui è stato ottenuto, la competenza che rappresenta, in che modo questa competenza viene acquisita e verificata, chi l'ha verificata, quale validità temporale, eventualmente, ha la competenza. Tutto verificabile in tempo reale.

Gli Open Badge sono il linguaggio comune con cui esprimere le competenze e sono a tutti gli effetti dei **certificati digitali**: sicuri, portabili, parlanti e personali.



Bestr, in Italia, è la piattaforma digitale di riferimento nella rete internazionale degli Open Badge e per questo è stata scelta da Skilla e da Fondazione Italia Cina come canale di diffusione per il riconoscimento digitale della competenza *Italy-China Specialist*.



Scuola di Formazione Permanente  
della Fondazione Italia Cina

意中基金会之长期培训学校

## REFERENZE

La Scuola di Formazione Permanente della Fondazione Italia Cina organizza dal 2009 percorsi di formazione aziendale e corsi di lingua e cultura per rispondere alla crescente esigenza di privati, aziende e studenti interessati a cogliere le opportunità di un ingresso nel mercato cinese.

Nel 2015 ha inaugurato la sua prima sede in Cina, a Chongqing, in collaborazione con Italy China Cooperation Culture Development, per potenziare i progetti e gli scambi tra i nostri due Paesi sul versante culturale.

Fondazione Italia Cina



意中基金会

## ALCUNI DEI NOSTRI CLIENTI E PARTNER



# CHINA HOUSE

c/o Khub  
Via Stelvio, 24  
23020  
Poggiridenti (SO)  
ITALIA

+39 0342 393001

info@china-house.org  
**www.china-house.org**



In collaborazione con



con il patrocinio di



Provincia di Sondrio



© Copyright Fondazione Italia Cina – 2022

Sono riservati per tutti i Paesi la traduzione, l'adattamento totale o parziale, la riproduzione con qualsiasi mezzo (inclusi, i microfilm, i film, le fotocopie), nonché la memorizzazione elettronica.