

Arriva il Dizionario dei vini e vitigni d'Italia italiano-cinese. Così percorrere la Via della Seta diventa più facile

8 Apr. 2019, 02:40 | a cura di Loredana Sottile



PRESENTATO OGGI IL PRIMO DIZIONARIO DEI VINI E DEI VITIGNI ITALIANI IN LINGUA CINESE. UNO STRUMENTO FONDAMENTALE PER GLI OPERATORI DEL SETTORE CHE PUNTANO ALLA VIA DELLA SETA

Sono passati 2mila anni, milioni di uomini, innumerevoli quantità di stoffe, spezie, tè, pietre preziose, oro, vite e uva, lungo quel percorso immaginario che dalla Vecchia Via della Seta arriva a quella Nuova. Un cammino lungo, non sempre facile, ma anche ricco di incontri e di scambi, non solo commerciali. Oggi che il mondo viaggia su rotte virtuali a velocità molto più elevate, il richiamo di quella Via ritorna con tutta la forza del suo fascino, ma anche con tutte le potenzialità che il nostro tempo può offrire. Lo sa bene il mondo del vino, che da anni guarda alla Cina come al partner commerciale del futuro, registrando di anno in anno incrementi a doppia cifra. In questi scambi, rimane, però un “ostacolo”

non trascurabile ed è quello linguistico: siamo davvero sicuri, in tutti questi anni, di aver parlato la stessa lingua dei nostri interlocutori?

Il dizionario bilingue dei vini e dei vitigni

A raccogliere questa sfida ci hanno pensato il Gambero Rosso e l'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano, che a Vinitaly hanno presentato il *Dizionario dei vini e vitigni d'Italia* bilingue (italiano-cinese) in formato cartaceo (presto sarà disponibile anche in versione app). La pubblicazione è la continuazione ideale del *Dizionario dell'Alimentazione – italiano-inglese-cinese*, pubblicato in occasione di Expo 2015 dall'Istituto Confucio in collaborazione con il dipartimento di Scienze della Mediazione Linguistica e di Studi Interculturali dell'Università degli Studi di Milano.

Ma vediamo come si compone il Dizionario dei vini appena pubblicato. Al suo interno sono raccolte circa 1200 voci, suddivise in quattro domini: vitigni, Igt, Doc e Docg. Ogni voce è stata costruita in italiano attraverso la consultazione di testi settoriali e dei disciplinari. Sono stati due i metodi utilizzati: la standardizzazione in lingua cinese dei nomi dei vitigni e delle denominazioni dei vini e la traduzione delle definizioni a queste associate. Si è stabilito, così, il termine più adatto a identificare un vino o un vitigno nel rispetto della corretta pronuncia italiana e delle migliori tradizioni culturali cinesi.

Dizionario dei vini e dei vitigni. I commenti

“Il Dizionario dei vini e vitigni d'Italia costituisce un punto di partenza estremamente rilevante per colmare le lacune linguistiche e per valorizzare le nicchie di produzione e lo smisurato scenario vitivinicolo italiano nel mercato cinese” spiega il presidente di Gambero Rosso **Paolo Cuccia** *“Abbiamo raccolto questa sfida assieme all'Istituto Confucio con grande consapevolezza ed entusiasmo, certi che una migliore diffusione della cultura del vino, di cui la Cina*

sta diventando un produttore di rilievo, favorirà ulteriormente le opportunità di espansione delle produzioni Made in Italy”.

Per il direttore dell'Istituto Confucio **Alessandra Lavagnino**, il dizionario è *“prodotto unico che colma una lacuna importante per far conoscere al meglio il vino italiano in Cina. Un esempio tra tutti. Mentre i francesi hanno sempre tradotto i termini legati al vino tutti allo stesso modo, l’Italia fino ad ora non ha ancora trovato una sintesi: ognuno traduce la parola vino o Italia come vuole. Il risultato? I consumatori confusi, alla fine, preferiscono optare per la bottiglia francese. Adesso, con questo Dizionario abbiamo, finalmente, le definizioni italiane di vitigni, Docg, Doc e Igt, con una traduzione in cinese corretta e standardizzata. In questa maniera, grazie anche alla collaborazione del Gambero Rosso, il vino italiano troverà una migliore strada per raggiungere il cuore dei cinesi”.*

“Il nostro obiettivo” spiega il professore **Jin Zhigang**, direttore dell’Istituto Confucio *“è la conoscenza della lingua cinese, ma anche la comunicazione tra i diversi Paesi. Sia l’Italia, sia la Cina sono accomunate da una lunga tradizione enogastronomica, ma bere vino un tempo era un’attività solo per i funzionari di alto livello. Negli ultimi 40 anni, con le riforme che ci sono state, la situazione è cambiata, le importazioni sono aumentate e le fiere internazionali sono diventate sempre più grandi, con la presenza italiana che cresce di anno in anno. Tuttavia, c’è da dire che, se i cinesi ormai conoscono molto bene i prodotti gastronomici Made in Italy, hanno ancora delle difficoltà con il vino. Per questo motivo, tre anni fa abbiamo dato inizio al progetto del dizionario”.*

In fondo, se si guarda al passato, il vino, in qualche modo, ha sempre fatto parte della cultura cinese e oggi più che mai è entrato prepotentemente nei costumi nazionali, come ricorda il curatore della guida Vini d'Italia **Marco Sabellico**: *“Settecento cinquanta anni fa, Marco Polo arrivava alla sfarzosa corte di Kublai Khan, dove il vino, le bevande alcoliche e i distillati facevano parte del ricco stile di vita della corte imperiale. Nei suoi racconti si parla di vini e di zone vinicole cinesi... Oggi i maggiori produttori di vino italiani non si*

stancano di percorrere le vie che portano a Oriente per offrire i loro migliori vini a un pubblico che li capisce e li apprezza sempre più, e questo mentre la viticoltura e la produzione di vino in Cina sono ormai tra le più importanti a livello internazionale. Il mondo del vino è complesso, e come il genere umano è il frutto di una perenne ibridazione, genetica e culturale, che produce novità, progresso, e nel caso del vino, felicità”.

*“Io sono arrivato a Pechino tre anni fa e non c’era una promozione organica del vino” rivela il direttore Ice di Pechino e coordinatore della Rete Estera Cina **Amedeo Scarpa** “Adesso non possiamo dire che ci sia del tutto, ma le cose vanno meglio. Più volte ci siamo chiesti dove l’Italia avesse sbagliato: abbiamo il prodotto, abbiamo la reputation, ma sfioriamo ancora la quarta posizione, che ci contendiamo con la Spagna, come Paese fornitore”. I motivi? “Prima di tutto l’estremo ritardo con cui ci siamo accorti della Cina e poi la comunicazione. Se noi non ci attrezziamo per comunicare ai cinesi nel loro linguaggio, non saremo mai sincronici. Dobbiamo, quindi, muoverci su tre livelli: formazione; eventi, dove coinvolgere anche gli influencer cinesi (che hanno una cosa come 33 milioni di visualizzazioni sulle loro piattaforme cinesi); comunicazione digital (pensiamo solo a WeChat)”.*

Al via il corso per export manager di vino italiano in Cina

D'altronde, il progetto è in linea con la storica attenzione che il Gambero Rosso da sempre ripone nella promozione dell'enogastronomia italiana nel mondo, e in particolare in Cina. Va in questa direzione il ricco [calendario di appuntamenti del Worldtour](#) che, nel corso di tutto l'anno, fa tappa nelle maggiori città del globo. Tra queste, anche Shanghai, Pechino e la vicina Hong Kong. Occasioni di incontro in cui la curiosità che il pubblico cinese ha riservato alle produzioni italiane, ha spinto il Gambero Rosso a tradurre in cinese la guida Vini d'Italia, dedicata alle migliori produzioni tricolore. Il tandem con il nuovo dizionario bilingue, quindi, non potrà che essere un ulteriore strumento per la divulgazione delle eccellenze italiane in Oriente. Ma l'impegno non finisce qua.

Da giugno, infatti, inizierà, in collaborazione con l'**Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano**, il corso di specializzazione per la figura di *Export Manager del vino italiano in Cina*, il cui obiettivo è la formazione di professionisti in grado di gestire i processi di export e internazionalizzazione del vino italiano nel mercato cinese.

Il vino italiano in Cina

Ma diamo un'occhiata ai numeri e alle potenzialità di questo mercato. Complessivamente nel 2018, la Cina ha importato vino per un valore di 2,4 miliardi di euro, confermando il suo ruolo di primo consumatore tra i Paesi dell'area Far East.

Particolarmente interessante, secondo l'Osservatorio Vinitaly-Nomisma, risulta il grande balzo in avanti nell'ultimo decennio. L'Italia nei 12 mesi del 2018 ha mandato vino verso il mercato cinese per 142,3 milioni di euro, rimanendo il quinto fornitore a valore, ma vicinissima al sorpasso sugli spagnoli, che occupano la quarta posizione. Sul podio dei primi tre ci sono, in ordine crescente, Cile, Australia e Francia. Se si guarda alle tipologie di prodotto, le bollicine stentano a prendere la rincorsa, in controtendenza rispetto al resto del mondo, mentre sono ancora i vini rossi fermi a farla da padrone.

Cosa si prevede per il futuro? Sebbene negli ultimi mesi la Cina sia apparsa un po' satura di scorte (a valore, nel 2018, le importazioni globali di vino sono scese del 2%), l'Osservatorio Vinitaly-Nomisma stima per i prossimi cinque anni una crescita interessante proprio per i vini italiani, che potrebbero registrare crescita fino all'8%. Ma solo a una condizione: che le cantine siano accompagnate da una mirata strategia di promozione. Come a dire, per percorrere la Nuova via della Seta bisogna partire ben equipaggiati. Dizionario dei vini compreso.

Dizionario dei Vini e Vitigni d'Italia – Italiano_Cinese – AA.VV. - € 14,90 - [La guida è acquistabile online](#)

a cura di Loredana Sottile

<https://www.gamberorosso.it/notizie/arriva-il-dizionario-dei-vini-e-vitigni-ditalia-in-cinese-cosi-percorrere-la-via-della-seta-diventa-piu-facile/>