



ECONOMIA

WINE & FOOD

Il Nero d'Avola diventa Hei Zhenzhu: al Vinitaly 2019 il dizionario italo-cinese dei vini e vitigni

Domanda raddoppiata nel 2017: con 1.200 definizioni l'Italia vuole imporsi nel mercato dell'ex Celeste Impero

di Riccardo Congiu ed Edoardo Re | Apr 8, 2019

Parola d'ordine: *I love ITALian wines*. Il nome dell'evento organizzato da ICE (Istituto nazionale per il commercio estero) a Xi'an (Cina) fa da sfondo alla presentazione del primo **Dizionario dei Vini e Vitigni d'Italia** in duplice lingua, italiano e cinese. **Gambero Rosso**, leader nel settore del *wine travel food* italiano e l'**istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano** scelgono il **Vinitaly 2019** come trampolino di lancio. «Il nostro obiettivo è la comunicazione tra due culture sempre più in contatto dal punto di vista economico – spiega Jin Zhigang, direttore cinese dell'Istituto Confucio – sia l'Italia che la Cina hanno una forte tradizione enogastronomica». 10,8 milioni di ettolitri prodotti dalla Cina (dati 2018) non bastano a soddisfare la domanda all'ombra della Grande Muraglia, raddoppiata nel 2017. Un mercato da 450 milioni: negli ultimi 10 anni le importazioni dall'Italia nel settore agroalimentare sono aumentate del 260%. Anche il comparto vinicolo cerca quindi la sua strada lungo la via della seta.

Il dizionario – Con 1.200 voci il nuovo dizionario – in edizione cartacea ma presto anche sul web (tramite una app) – percorre la penisola italiana attraverso le definizioni di Vitigni,

DOC, DOCG e IGT, suddivise in quattro sezioni. Fino a oggi un consumatore cinese poteva acquistare un *hei dǎwòla* (un mix tra la traduzione della parola “nero” e la trascrizione fonetica della zona d’origine) o un *hei zhenzhu* (tradotto “perla nera”) senza rendersi conto che in entrambi i casi si trattava dello stesso vino, un Nero d’Avola. Con l’avvento del dizionario invece, grazie a un **lavoro di standardizzazione e traduzione**, la lingua cinese ha finalmente un glossario unico di termini dell’enologia italiana. L’opera nasce dalla collaborazione tra Gambero Rosso e l’Istituto Confucio dell’Università degli studi di Milano, che hanno coordinato i lavori dei Dipartimenti di Mediazione Linguistica, Studi interculturali, Scienza per gli Alimenti, la Nutrizione, l’Ambiente e di Scienze Agrarie e Ambientali, ma anche del Contemporary Asia Research Centre di Milano e dell’Università Normale di Liaoning.



Paolo Cuccia, presidente di Gambero Rosso

Formazione – Dalle parole ai fatti: partiranno da giugno corsi di formazione e specializzazione rivolti a imprenditori, operatori di settore ma anche appassionati. «Il dizionario costituisce un punto di partenza» dice **Paolo Cuccia**, presidente di Gambero Rosso. Lo scopo è introdurre una nuova figura, quella di **export manager del vino italiano in Cina**, «che intende specializzarsi nelle strategie di comunicazione, promozione vendita e commercializzazione del nostro prodotto nel mercato asiatico».