

Il vino e la sua funzione sociale in Cina

scritto da Agnese Ceschi | 8 Maggio 2015



La Cina è oggi una meta per il vino italiano sia per la recente apertura delle barriere doganali nella vicina Hong Kong che per il lento ma graduale cambiamento delle abitudini di consumo. Oltre un decennio fa, il mercato delle bevande alcoliche era ancora dominato dai liquori (cognac soprattutto), mentre il vino non era considerato abbastanza dai consumatori. Tuttavia, dopo la pubblicazione negli anni '90 di una serie di ricerche mediche internazionali che sottolineavano la correlazione positiva tra un consumo moderato di vino d'uva e la salute (riduzione del rischio di malattie cardiache e maggiore longevità), c'è stato un sensibile aumento nel consumo di vino rosso in tutto il mondo orientale. In particolar modo la Cina ha visto l'affermazione di Hong Kong come hub di riferimento per la commercializzazione e la distribuzione di vino in tutta l'area Asia-Pacifico.

Se dal punto di vista economico dunque le barriere stanno iniziando a scendere, la Cina rimane un Paese dalle mille sfaccettature a livello culturale. "Il consumo di vino è prima di tutto una questione culturale in Cina" dice il prof. Livio Zanini (Università Ca' Foscari Venezia), che abbiamo incontrato durante una recente conferenza organizzata dall'Università di Verona in occasione del periodo di Expo

presso la Società Letteraria di Verona che fa parte di un ciclo di incontri dal titolo "Un ponte con la Cina". "Storicamente la Cina ha conosciuto il vino d'uva tardi (nel I secolo d.C.), mentre da millenni ha consumato bevande alcoliche di cereali, come riso e miglio. Se la cultura mediterranea identifica il vino come parte integrante della dieta, nel resto del mondo non è così, soprattutto in Cina. In Cina il vino è storicamente una bevanda rituale" continua Zanini. In passato il vino veniva consumato durante i banchetti reali e i riti, successivamente è stata imposta un'etichetta sul consumo dell'alcohol. L'etichetta è la massima espressione dell'ordine sociale, perciò quando un cinese alza un bicchiere e beve lo fa sempre alla salute di qualcuno. Bere alla salute di qualcuno è una forma di dono e fa scattare l'obbligo di ricambiare e così via in una catena potenzialmente infinita.

"A differenza dell'Occidente dove si beve anche da soli, in Cina non si beve mai se non in compagnia. L'uso alimentare del vino che gli Occidentali vogliono insegnare ai cinesi, andrebbe a stravolgere la funzione sociale e rituale del vino" conclude Zanini.

Per vendere il vino in Cina bisogna dunque tenere conto di queste dinamiche sociali importanti che regolano il consumo di questa bevanda da secoli. Pensandoci bene l'ostacolo non è poi così insormontabile, basta solo documentarsi e tenere monitorata l'evoluzione dei consumi nel mercato cinese, posta la base culturale imprescindibile.