

Il vino italiano tradotto in cinese

scritto da Giulia Tartaglione | 8 Aprile 2019



Un ponte linguistico che collega l'Italia alla Cina e viceversa: così potremmo considerare il primo Dizionario dei Vini e Vitigni d'Italia, italiano – cinese, nato dalla collaborazione tra Gambero Rosso e l'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano. La presentazione è avvenuta Lunedì 8 Aprile al Vinitaly, in una sala ricca di ospiti. Oltre al Presidente di Gambero Rosso, Paolo Cuccia, e

il Direttore dell'Istituto Confucio di Milano, Jin Zhigang, hanno presenziato Edward Liu, uno tra i principali importatori asiatici, Amedeo Scarpa, Direttore della Rete Estera ICE in Cina, e tante altre personalità di spicco internazionale.

Si comincia prendendo in considerazione alcune statistiche, le quali evidenziano l'esigenza di dare vita a questo Dizionario. La richiesta di vino dell'Asia Orientale nel 2018, ha registrato punte di 6,45 miliardi di euro. Una cifra non indifferente, dove l'importazione italiana ha recentemente guadagnato una posizione, passando dal quinto al quarto posto, sfiorando il podio. Il Direttore dell'Istituto Confucio sottolinea come la Repubblica Socialista abbia permesso di aumentare le esportazioni più del 20%. Il panorama sembra essere sempre più promettente, ma il Direttore della Rete Estera ICE Amedeo Scarpa ha anche affermato: «L'Italia subisce il ritardo nella presa di consapevolezza della rilevanza della Cina. Ancora sei anni fa mancava una promozione organica del vino italiano, con tutti gli annessi problemi di comunicazione».

Oggi più che mai assume importanza la formazione, uno dei principali obiettivi da perseguire in questo cammino di incontro tra i due Paesi. Il Dizionario è uno strumento base indispensabile per la cultura e l'inserimento del vino italiano nel mercato cinese. Favorire una conoscenza approfondita del contesto vitivinicolo Made in Italy diventa un plus necessario per gli operatori e appassionati del settore. Infatti, a differenza del cibo italiano ormai riconosciuto dal consumatore cinese, non si può ancora dire altrettanto per quanto concerne il vino. Uno dei problemi affrontati durante la costruzione del Dizionario è stato legato alla varietà di territori e vitigni presente nel territorio del Bel Paese. Come si è riusciti a far esprimere a ciascuno la propria caratterizzazione? Si è partiti dai nomi dei vitigni e dei vini, standardizzando e traducendo in caratteri cinesi e in pinyin. Un esempio ce lo offre Giovanni

Busi, Presidente del consorzio Chianti, la cui denominazione è stata tradotta con un ideogramma che indica un'attività a favore di terzi, pace e radici. Così trasmettendo non solo un territorio di vino ma un'intera cultura, tra tutti gli scenari italiani.