

«In conversazione con un amico intimo, mille bicchieri di vino sono troppo poco. In una chiacchierata senza intesa, mezza parola è già fin troppo» (proverbo cinese).

Primavera 2012 a Hong Kong, al centro del cortile del suggestivo Hotel Mandarin Oriental viene posata una scultura in acciaio che raffigura Confucio, il grande maestro e filosofo cinese (551-479 a.C.). Si apre l'asta sotto l'egida di Sothebys. Collezionisti ed appassionati di arte e vino si danno battaglia per aggiudicarsi 21 delle 111 speciali bottiglie di Ornellaia, tra i più celebri vini italiani nel mondo. Lotti straordinari: un ricavato record di 144.500 euro interamente devoluto ad "H2 Foundation for Arts & Education", Luo Zhongli Scholarship.

“Ornellaia Vendemmia d’Artista” è un progetto avviato nel 2009 che ha come obiettivo il recupero della tradizione rinascimentale e del valore del mecenatismo culturale, rivisitato in chiave moderna, attraverso il restauro del patrimonio artistico internazionale.

Ad interpretare il tema di questa quarta edizione – “L’equilibrio” – è stato Zhang Huan, artista cinese che per il progetto si è ispirato a Confucio, creando una serie limitata di etichette per cento Doppie Magnum (tre litri) con inciso il volto del filosofo, accostata ad una frase che trasmette la saggezza raggiunta con l’età. Poi dieci Imperiali (sei litri), un’unica serie e un’unica salmanazar (nove litri) vestita con una preziosa scultura ovale in acciaio, su cui è scolpito il ritratto di Confucio.

Spiega Zhang Huan: «Confucio pensa che le persone dovrebbero trovare la giusta via nel proprio cammino senza disturbare l’ordine naturale delle cose. Non bisogna esagerare, ma rispettare l’universo per creare un equilibrio in cui vivere in pace con tutti. La società moderna è piena



VINO ITALIANO ALLA CINESE

LE INIZIATIVE ITALO-CINESI NELLA NASCENTE
INDUSTRIA ENOLOGICA DEL PAESE ASIATICO.
SAGGEZZA ANTICA E SAPORE RAFFINATO



In senso orario: un vigneto piemontese; la raffigurazione di Confucio sull'etichetta delle bottiglie di Ornellaia, tra i più celebri vini italiani nel mondo; la statua del filosofo nel tempio a lui dedicato a Pechino.

di problemi che ci affliggono. Non ci sentiamo felici? Non viviamo con uno spirito sereno? Forse chiediamo troppo alla Terra, a cui pagheremo un prezzo enorme? Se Confucio fosse ancora vivo, quali domande avremmo per lui e che tipo di risposte meravigliose avrebbe potuto darci?». Il primo documento storico che at-

testa la presenza del vino in Cina è costituito dalle "Testimonianze storiche" di Sima Qian, risalente ai tempi della dinastia Han (206 a.C.-220 d.C.). Il vino era sempre stata una bevanda preziosa, spesso usata nel tempio e per i riti più importanti.

Con il metodo di vinificazione introdotto durante la dinastia Tang

(618-907 d.C.), il vino divenne patrimonio comune all'interno della Cina al punto da venire spesso menzionato in famose opere letterarie. Wang Han nel suo poema scrive: «Con il buon vino di notte in coppe fluorescenti di cristallo, i guerrieri rifiutano di salire sui loro destrieri».

Ma in realtà, il vino più antico e diffuso in Cina in tutte le epoche è quello ottenuto dalla fermentazione dei cereali, soprattutto da una varietà di riso, una sorta di birra prodotta con il liquido di cottura dei cereali ai quali veniva aggiunto lievito di farina per la fermentazione.

In ogni caso il vino di cui parlano i poeti della Dinastia Tang, il vino bevuto dai taoisti eremiti e quello usato da alchimisti e medici per esaltare l'efficacia delle droghe e dei farmaci, non sono il vino d'uva del mondo occidentale.

Si attribuisce l'origine del vino d'uva all'espansionismo dei Tang (618-907 d.C.) che lo introdussero dal Turkestan. Pur essendo molto apprezzato, il vino d'uva non divenne però mai una bevanda popolare in Cina, piuttosto era una bevanda di lusso riservata ad importanti celebrazioni.

Giunta all'epoca moderna, l'industria enologica cinese ha ricevuto impulso dalle attività connesse con

la Chiesa cattolica operante in Cina. Nel 1910, infatti, sorge l'Istituto enologico, annesso al convento di una congregazione religiosa cattolica, successivamente trasformato in "Cantina di Pechino". Essa produceva vino da messa per tutta la Cina, ma aumentò progressivamente la sua capacità e diversificò la produzione con prodotti liquorosi e brandy.

Gli anni Novanta hanno visto l'accrescere della produzione di brandy cinese e il rapido aumento del consumo di vino. Nel giro di pochi anni il numero delle cantine è cresciuto notevolmente. Con la regolamentazione del mercato in base alle norme internazionali, con l'uso di tecniche e attrezzature avanzate, quali la fermentazione malolattica (macchine pressatrici ad aria e fermentatori), e soprattutto con il permesso dato dal governo cinese alle piccole e medie aziende – spesso in *joint-venture* con aziende dall'estero – di produrre vini, la distanza dell'industria vinicola cinese dagli standard internazionali si è accorciata ulteriormente.

Oggi il vino ottenuto dal riso è in via d'estinzione perché il governo ha intenzione di cominciare a "proteggere" il prezioso cereale dedicandolo esclusivamente alla finalità alimentare. Quindi i cinesi consumano essenzialmente birra, che copre tre quarti di tutte le bevande alcoliche consumate.

Però molte cose stanno cambiando, veicolate da uno stile di vita all'occidentale che penetra particolarmente nelle grandi città. Ciò comprende in sé anche il consumo di vino. Ristoranti e *winebar* propongono il vino con sempre maggiore insistenza: è ormai un fatto di moda.



I cinesi consumano soprattutto birra, ma il vino sta diventando sempre più di moda.

Il consumatore cinese medio è una persona che vive in una grande città, lavora in una *joint-venture*, ha un'età compresa tra 20 e 30 anni e aspira ad uno stile di vita occidentale. Seguono alcuni appartenenti alla generazione intorno alla cinquantina, in particolare i protagonisti (e beneficiari) della prima ondata di aperture all'Occidente, cioè persone che hanno frequentato europei e americani, e che hanno la capacità di scegliere il meglio senza badare a spese (*Fonti enologiche Italia-Cina*).

Con l'ingresso della Cina nel Wto, le tasse di importazione del vino hanno avuto un progressivo abbassamento scendendo dal 65 fino all'odierno 14 per cento. L'istituto britannico International Wine & Spirits

Research afferma che nel 2016 la Cina consumerà tre miliardi di bottiglie di vino annue e diventerà il primo mercato globale nel giro di 20 anni.

In Italia quest'anno si è avviato il progetto "Contaminazione tra cibo cinese e vino italiano", sostenuto da Enoteca italiana per Toscana promozione, onde promuovere le etichette *Made in Tuscany*, in accostamento con la cucina cinese.

L'Università per stranieri di Siena è partner del progetto europeo "Vino-lingua", con corsi di lingua destinati agli addetti alla produzione, per facilitare il dialogo, lo scambio e la promozione, dando così via a una vera e propria scuola per la formazione tecnica e culturale al vino.

E ancora: la collaborazione di Enoteca italiana con Beijing Zhengyuan Youshi – società leader nella distribuzione del vino italiano – mira alla realizzazione di cento enoteche dove si troveranno solo vini *made in Italy*. Le enoteche sorgeranno nelle aree di Beijing, Shanghai e Shenzhen.

Infine una curiosità: quale era la frase sulle etichette delle cento Doppie Magnum in asta a Hong Kong? Un aforisma di Confucio: «A 15 anni la mia volontà fu rivolta allo studio, a 30 fui fermo nei propositi, a 40 non ebbi più incertezza, a 50 compresi i decreti del Cielo, a 60 fui capace di ascoltare, a 70 seguii i desideri del mio cuore senza uscire dalla Via» (*Dialoghi* 2, 4). La saggezza antica abbinata al vino vecchio, una sorsata e la fragranza permeano la lingua e penetrano nel cuore!

Stella Chiu Yuen Ling