

# Vinist №3.

## **Particularités nationales du calcul. Une bouteille partagée en trois ou en quatre.**

En Europe une bouteille de vin est partagée à table en quatre, en Russie une bouteille de vodka – en trois. En général on peut confirmer ce cliché. En Europe le vin est un produit gastronomique avant tout, en Russie la vodka est l'élément indispensable à la communication à table. Premièrement, pour faire connaissance avec quelqu'un, deuxièmement, pour parler ouvertement avec ces nouvelles connaissances, pour parler à cœur ouvert.

Les différences géographiques, le climat, les traditions culinaires ont conditionné les divers regards sur l'alcool. La vodka se marie avec la nourriture très nourrissante (le lard, par exemple), riche en calories qui exige un effort de digestion. Le vin, on le boit avec de la viande maigre, du poisson, du fromage, des fruits, des légumes. La vodka et tous ces produits nourrissants sont destinés à presque toute la Russie. La partie la moindre partie des habitants des grandes villes dont la survie et la vie quotidienne ne dépendent pas des conditions climatiques et géographiques, se contente de vin. On ne consomme du vin que dans les grandes agglomérations: à Moscou, à S-Petersbourg (90% des ventes), et dans quelques centres régionaux (encore quelques %) où le revenu moyen est 5 à 10 fois supérieur au revenu moyen d'un habitant de la Russie régionale. Il ne s'agit absolument pas des villages où la consommation de vin est équivalente à zéro.

En résumé: les conditions économiques, climatiques et les traditions culinaires créent pour le vin une niche très étroite seulement dans les grandes villes. Malheureusement, même ces consommateurs ciblés sont mal éduqués dans le domaine de la viticulture. Il y a encore des groupes d'esthètes peu nombreux au cours des années qui n'influencent nullement la formation des peuples de Russie dans ce domaine.

Par exemple. Si nous arrêtons par hasard dans les rues de Moscou 10 hommes pour les interroger sur la vodka et sur le vin, ils nous donnent des réponses complètes sur la vodka (son odeur, son goût, comment il faut la déguster, où acheter la meilleure et même le moyen de la produire à domicile) et en contre-partie presque rien sur le vin. Les femmes russes sont un peu plus compétentes dans la viticulture que les hommes. Mais les uns et les autres achètent au hasard. Et leur motif principal pour acheter du vin seront du domaine de la mode, du prestige, de la fête.

Comme indiqué précédemment, pour des raisons objectives, il est impossible de motiver la consommation du vin, mais il faut s'y efforcer. Les intérêts publics ou privés n'ont ni les moyens ni le désir de l'obtenir. Et vouloir – c'est pouvoir.