

DIREZIONE-AMMINISTRAZIONE
MILANO (102)
VIA SILVIO PELLICO, 7
TELEFONI: 81-996 - 82-647
Telegrammi: VINI - MILANO

Abbonamento annuo L. 25.—
Per l'estero » 50.—
Un numero separato » 1.—

INSERZIONI:
dello spazio di mm. 28
di altezza, su una colonna,
lire 350 per anno.

IL COMMERCIO ≈ VINICOLO ≈

CONTO CORRENTE POSTALE
ANNO I. NUM. 1

1

Dicembre 1928
ANNO VII - E. F.

SI PUBBLICA
IL SABATO

DIRETTORE: L'ON. PROF. ARTURO MARESCALCHI

REDATTORE CAPO RESPONSABILE: Avv. Rag. GIUSEPPE CAVAZZANA - SEGRETARIO: Rag. GIUSEPPE VALENTINO

ORGANO DELLA FEDERAZIONE NAZIONALE FASCISTA DEL COMMERCIO ENOLOGICO (ROMA) E DELL'UNIONE ITALIANA VINI (MILANO)

EDITORIALE

Da 90 anni la voce viva e autorevole del mondo del vino

di ERNESTO ABBONA, presidente di Unione Italiana Vini

Il 2018 è per l'Unione Italiana Vini un anno davvero speciale: festeggiamo con orgoglio novant'anni del Corriere Vinicolo, il giornale della nostra associazione, il foglio che è stato e continua ad essere la nostra voce.

Correva il mese di dicembre del 1928 quando Arturo Marescalchi, personalità di rilievo del mondo enologico italiano, deputato e da lì a poco sottosegretario di Stato al Ministero dell'Agricoltura e foreste e poi senatore, fondò e prese la direzione del Commercio Vinicolo, "nuovo e robusto" foglio settimanale dei commercianti italiani del vino, che andava a sostituire il precedente bollettino mensile Enotria.

Da allora fino ad oggi, le sue pagine hanno raccontato il nostro vino e il lavoro incessante di sostegno che ne ha fatto l'Unione Italiana Vini, allargando lo sguardo però, fin

da subito, anche alle novità tecniche e alla normativa di settore, ai mercati esteri e perfino a questioni che oggi si definirebbero attualissime, quali la salute e il bere responsabile.

Nel susseguirsi di novant'anni, si sono attraversati momenti storici decisivi per l'Italia e per la sua economia; il nostro giornale si è sempre mantenuto fedele al suo proposito fondativo, quello di essere la voce autorevole e particolare dell'industria del vino. Ma senza rimanere immobile, rinnovandosi insieme al Paese quando è stato opportuno o necessario farlo.

Ciò avvenne - ad esempio - nell'aprile del 1950, quando per espressione della volontà unanime dell'Assemblea dei Soci dell'Unione Italiana Vini, la testata cambiò nome, assumendo quello attuale, Corriere Vinicolo, così da "abbracciare meglio gli interessi di tutte le forze produttrici che concorrono a formare il ciclo economico vitivinicolo italiano".

Penso ai nostri padri e ai nostri nonni, vitivinicoltori o commercianti di vino, e ritrovo le loro imprese e le loro vite nelle pagine dei vecchi volumi che raccolgono tutte le pagine dei novant'anni della

nostra testata. Volumi che in occasione di questa importante ricorrenza abbiamo deciso di digitalizzare e restaurare, perché siano motivo d'orgoglio, e occasione di memoria, per coloro che verranno, come lo sono oggi per noi.

Nell'epoca in cui i giornali a stampa stanno morendo, il Corriere Vinicolo resta un giornale "di carta" vivo e in crescita: è per noi motivo di piacere, soddisfazione, ma anche responsabilità verso il futuro. Una responsabilità alla quale rispondere assumendoci in prima persona l'impegno a sostenere la crescita e lo sviluppo. Un compagno di viaggio e di lavoro da portare sotto braccio ogni settimana, come fecero i nostri predecessori e come vorremmo continuassero a fare i nostri figli.

È il compleanno del nostro giornale e abbiamo un ambizioso programma di festeggiamenti. Li scopriamo nelle parole del direttore Giulio Somma, che ringrazio insieme alla sua redazione, per il grande lavoro che anche in questa occasione sta facendo.

Auguri Corriere Vinicolo e auguri a tutti noi soci dell'Unione Italiana Vini!



Dodici mesi di eventi e appuntamenti

Un compleanno speciale

di GIULIO SOMMA
direttore del Corriere Vinicolo

Novant'anni sono una ricorrenza speciale per un giornale come il nostro che vogliamo ricordare e festeggiare nel modo migliore, senza limitarci a iniziative di circostanza. Lo impone la storia del Corriere Vinicolo, e lo impone ancor di più il rispetto che abbiamo per l'Unione Italiana Vini e per i suoi soci, di cui siamo stati e saremo sempre voce viva e rigorosa.

L'impresa del 90° vedrà diverse iniziative che svolgeremo nel corso di dodici mesi a cavallo del "compleanno" del giornale, il prossimo dicembre. Prima di tutto, prepareremo un volume commemorativo che sfuggirà alla retorica celebrativa e alla ritualità di pubblicazioni storiche per proporsi come testimonianza viva di una storia sulla quale è innestato il nostro futuro.

Un'antologia dei contributi più significativi pubblicati sulle nostre pagine dal 1928 a oggi intrecciati con interviste a personalità del vino o della nostra società di oggi e di ieri; testimonianze e racconti del passato che ci accompagneranno, seguendo l'ordine dei decenni, nell'evolversi delle tecnologie vitivinicole e della cultura enologica. Daremo spazio nel libro anche alla storia della comunicazione pubblicitaria, seguendo il rinnovarsi dell'advertising del nostro settore, ritrovando vecchie e nuove pubblicità ospitate sulle pagine del nostro settimanale, che ne è ricca fonte documentale. Una bella carrellata di "reclame" del vino, dal ventennio ad oggi, ma anche di torchi, tini, botti, attrezzature, macchinari e prodotti per il vigneto e la cantina. Perché il nostro giornale racconta di articoli, editoriali, cronache e statistiche: ma testimonia anche il cambiamento dei linguaggi promozionali di aziende e prodotti che hanno accompagnato l'evoluzione del vino italiano.

Insieme alla pubblicazione del volume poi, nel corso dei mesi, realizzeremo una serie di nove "inserti storici speciali" del Corriere Vinicolo, sul modello delle pagine che state leggendo. Racconteremo un decennio ogni mese, per rivivere, insieme, la storia affascinante della nostra associazione e del vino italiano attraverso le cronache di quei tempi.

Infine, questo speciale compleanno vedrà anche diversi momenti di confronto pubblico che stiamo mettendo a punto in un programma inteso di festeggiamenti, di cui, per ora, non vogliamo raccontarvi tutto. Certamente a Natale ci ritroveremo insieme per un brindisi speciale: ai nostri, primi, novant'anni.

L'Unione Italiana Vini SOCIETÀ ANONIMA
CAPITALE L. 438.100
INTERAMENTE VERS.
SEDE IN MILANO
Via Silvio Pellico, 7
Telef. 81-996 - 82-647

offre agli associati i seguenti vantaggi:

Noleggio serbatoi sociali a prezzi di assoluta concorrenza. Manutenzione e riparazione dei serbatoi di loro proprietà nelle Officine di Milano e Foggia, e rappresentanza nei confronti delle F. S. Segnalazioni di transito dei carri dai principali nodi ferroviari d'Italia. - Revisione dei documenti ferroviari di trasporto dei vini. Assistenza nelle perizie e nelle contestazioni sui trasporti. - Analisi di mosti e vini al Laboratorio Enochimico. - Trattazione dei problemi di classe mediante il Settimanale "Commercio Vinicolo"; pubblicazione della Rivista mensile "Enotria"; pubblicazione dell'"Annuario Vinicolo d'Italia". - Salone per le contrattazioni vinicole, ampi servizi di cassette di custodia, telefoni e recapito di corrispondenza, nell'immobile di proprietà Sociale in Via Silvio Pellico, 7. - Consulenze varie. **I commercianti ingrosso in vino hanno l'interesse e il dovere di associarsi all'Unione Italiana Vini.** Essi pagano 250 lire per il primo anno, e sole 125 lire di abbonamento alle pubblicazioni sociali per i successivi. **L'Unione Italiana Vini li assiste e li agevola nelle loro necessità commerciali.**

NOLEGGIO CARRI SERBATOIO
PER TRASPORTO DI VINI MOSTI ED UVE PIGIATE

UNIONE ITALIANA VINI
SOCIETÀ ANONIMA - CAPITALE L. 438.100 INTERAMENTE VERSATO
VIA SILVIO PELLICO N. 7
TELEFONI: 81-996 - 82-647
1002 MILANO (1002)

Ci sono argomenti che possono definirsi caratterizzanti del Corriere Vinicolo. Tematiche già presenti sulle prime pagine del giornale, quelle andate in stampa coi tipi del Cav. Enrico Gualdoni a partire dal 1928, e poi ricorrenti finanche nei più recenti numeri del settimanale, disponibili al lettore perfino in formato digitale.

Sono il commercio vinicolo nazionale e internazionale e la sua regolamentazione, la produzione del vino con le normative e le politiche che ne dirigono l'attività, le tecniche e le tecnologie enologiche e viticole, i consumi, la salute, la sostenibilità e il vino come parte del nostro patrimonio sociale. Seguendo queste "questioni" - come le chiamava lo storico direttore Arturo Marescalchi - in novant'anni si è costituito un corpus di articoli capace di tracciare - assecondandoli a volte - i cambiamenti culturali e politici del nostro Paese. In queste pagine, un primo "assaggio" di questa storia affascinante

1929

La "dolce" frode dello sciroppo di fichi, utilizzato per sofisticare il vino (dal Commercio Vinicolo n. 28/1929). Fu questa una di quelle truffe che, "recano un danno enorme indiretto a tutti gli onesti produttori e commercianti di vini e, più in alto ancora, alla difesa di questo prodotto che ci sta tanto a cuore".

VINO DI FICHI SECCHI

A quasi vent'anni di distanza il fenomeno si ripete, o più esattamente, ufficialmente si rende noto. Allora fu la Società dei viticoltori, da me presieduta, che riuscì a far scoprire in Napoli ben 14 fabbriche clandestine di vino di fichi secchi, e le fece condannare.

Ora è la volta di Milano. Chi scrive ha avuto parte nella segnalazione al Podestà di Milano e agli uffici competenti dell'esistenza in città di una fabbrica di cosiddetto sciroppo di fichi che serviva invece come vino bianco atto a concie e tagli. E per la pronta solerzia delle autorità si è provveduto energicamente contro i frodati.

E' necessario colpire duro e sodo contro tutti coloro che sofisticando il vino o fornendo mezzi per falsificarlo, compiono un reato non solo, ma recano un danno enorme indiretto a tutti gli onesti produttori e commercianti di vini e, più in alto ancora, alla difesa di questo prodotto nazionale che ci sta tanto a cuore.

Si è veduto infatti come, dalla rivelazione della fabbrica di vino di fichi

tutta la stampa abbia tratto motivo per denigrare ancora una volta con una insistenza ed una generalizzazione atroce, il vino, metterlo ancora in dubbio per tutti la genuinità e la purezza, avvelenare col sospetto ogni bevitore ed ogni buon italiano, far agire l'umorismo e il ridicolo.

La colpa dei disonesti frodati, oggi assicurati alla giustizia — e ci auguriamo vivamente lo siano tutti, quale si sia la frode o la sofisticazione compiuta, senza pietà e senza remissione — aumenta così a mille doppi. Non è il solo danno materiale recato a qualcuno, non è il solo peso pel gioco della libera concorrenza fra onesti, ma è l'offesa, gravida di ripercussioni e densa di conseguenze, recata all'onore del vino, in sé e per sé, alla difesa della bevanda nazionale per eccellenza, che accresce l'entità della malefatta.

Si colpisca fieramente, e tutti gli onesti e tutta la viticoltura italiana saranno riconoscenti della severità usata.

A. MARESCALCHI.

1930

I "BAR"

Si sono chiuse e si vanno chiudendo osterie. Ma in compenso si aprono sempre nuovi bar nei quali si propina all'umanità, invitata a fuggire gli alcolici dei nervini come il caffè e il the, e degli alcolici concentrati come i liquori.

Prendiamo le cose come sono e approfittiamo per chiedere una concessione molto semplice e naturale.

Quella, cioè, che si consenta ai bar di vendere vino fino a bicchieri o anche da asportare a bottiglie e mezze bottiglie.

Non crediamo che ostino difficoltà di legge.

L'esercizio denominato bar che ha ottenuto la facoltà di vendere superalcolici a più forte ragione, può vendere bevande a basso tenore alcolico.

Crediamo che si tratti soltanto di iniziativa singola e di liberalità nelle decisioni sindacali delle categorie interessate.

Ciò che preme, oggi più che mai, ai viticoltori ed agli interessi dei Comuni, è di accrescere il consumo del vino.

Offrire alla popolazione il modo di bere un bicchiere di vino, così, in piedi, italianamente, assai più che bere una tazza di negro beveraggio o di ambrata decozione, è bene ed è naturale in un paese che ha come sua bevanda nazionale il vino.

Col vantaggio anche di offrire al consumatore vino più genuino ed autentico, tratto proprio dalla bottiglia o dal fiasco quali arrivano dal produttore.

Tra gli anni Venti e Trenta le vecchie osterie d'Italia cominciano a lasciare spazio ai "Bar" (editoriale dal Commercio Vinicolo 17/1930).

Nel suo ruolo di voce della comparto vinicolo nazionale, il giornale lancia qui un appello perché in questi nuovi esercizi commerciali siano consentite la mescolta di vino fino al bicchiere e la vendita di mezze bottiglie (paradossalmente vi era già la facoltà di servire superalcolici!), perché ciò che preme, oggi più che mai ai viticoltori ed agli interessi dei Comuni, è di accrescere il consumo del vino.

Il Chianti preferito!

Mario Piccini fu Angelo
esportazione mondiale
POGGIBONSI-SIENA

1954

Le "note tecniche" pubblicate sul Corriere Vinicolo sono sempre state fonte di informazioni e guida per il lavoro di campagna e di cantina.

Sul numero 2 del 1954 si presenta con dati tecnici la Lancelotta, uno dei più pregiati vitigni della provincia di Reggio Emilia, noto e coltivato fin da tempi antichissimi.

NOTE TECNICHE

LANCELLOTTA: uva rossa da vino

Riceviamo dal Rag. Enzo Mariani Corati, la seguente nota del dott. R. Bertolino, capo dell'Ispettorato Agrario della provincia di Reggio Emilia:

Generalità

E' uno dei vitigni più pregiati della provincia di Reggio Emilia, noto e coltivato sin da tempi antichissimi.

La zona classica di coltivazione è limitata alla media pianura reggiana caratterizzata da terreni profondi, freschi e di medio impasto; Villa Sessa, Villa Masenzatico, Villa Masone in comune di Correggio, rappresentano i centri più importanti di coltura e di produzione e sono le località ove si trae un miglior prodotto.

Si vogliono distinguere due tipi di Lancelotta: uno con grappolo di color rossoastro, acini piuttosto piccoli e grappolo spargolo; l'altro con grappolo verde, acini più grossi e grappolo meno spargolo.

Caratteristiche ampelografiche

Tralci: sottili, duri con poco midollo, di color marrone chiaro, più intenso in prossimità dei nodi, punteggiati; internodi di media lunghezza.

Germogli: verdi con apice tomentoso.

Foglie: pentalobate talvolta obovate, con seni laterali superiori profondi caratteristici.

Grappoli: conici o cilindrici, di media grandezza spargolo o mediamente serrati.

Acini: rotondi o sub-rotondi di grandezza media, di colore nero con buccia resistente ricca di sostanze coloranti.

Polpa: tenera, sapida, dolce.

Maturazione: 2.a epoca.

Notizie sulla pianta

E' vitigno robusto e rigoglioso che dà una costante ed elevata produzione. Ha una buona affinità di innesto coi più diffusi vitigni americani, specie col 420 A e col 5 bb.

Si adatta ai diversi sistemi di allevamento e di potatura.

Dimostra grande resistenza ai freddi invernali e facilità di emissione di germogli fertili dalle sotto-gemme allorquando le principali vengono colpite da avversità climatiche (brinate primaverili, grandine).

Presenta una buona resistenza alla crittogame (peronospora, oidio e marciume).

Caratteristiche enologiche

La Lancelotta produce una uva pregiata, di normale acidità, dolce, ricca di colore.

Si riportano nel seguente prospetto i dati relativi al tenore zuccherino (gradi Babo) e all'acidità (espressa in acido tartarico) di uve provenienti dalla zona classica e desunti da analisi eseguite per un decennio:

Zucchero: media 19,90%, minima 16,38%, massima 22,50 per cento.

Acidità: media 6,80%, minima 8,23%, massima 5,50%.

Detta uva rappresenta la materia prima per la prepa-

razione dei rinomati filtrati dolci, commercialmente noti col nome « filtrati dolci di Lancelotta » conosciuti non solo in Italia ma anche all'estero specie in Svizzera. Da essa si ricava un prodotto leggermente alcolico (alcolico 2%), dolce (zuccheri riduttori 15-18%); di colore rosso intenso violaceo caratteristico, profumato, ricco di estratto, prodotto di grande interesse enologico, apprezzato e ricercato per ammorbidire, addolcire, aggraziare e dare il rubino ad altri vini.

Oltre a questa specialità si possono ottenere dei fermentati ricchi di colore, di corpo e alcolici, che servono come vini da taglio e con speciali metodi di vinificazione anche degli ottimi rosati.

Le vinacce vergini vengono utilizzate per la estrazione industriale della enocianina.

Dott. Renato Bertolino

Capo Ispett. Agrario prov. di Reggio Emilia



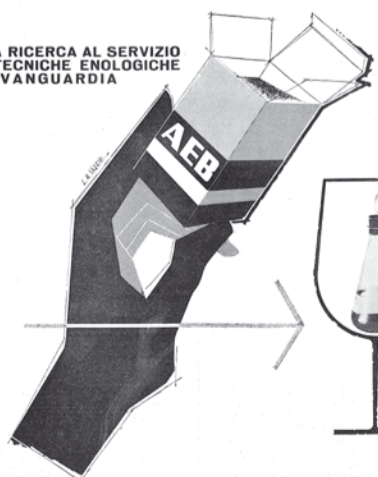
VIVAI COOPERATIVI Rauscedo

33090 Rauscedo (PN) Italia - Tel. 0427/94022-3-Tlx SUTES 45270

Con una produzione di
30 milioni di viti innestate

rappresentiamo il più grosso complesso vivaistico del mondo. Con il nostro centro sperimentale, dove si attuano ricerche e selezioni ad alto livello scientifico, assicuriamo al viticoltore vigneti altamente qualificati.

LA RICERCA AL SERVIZIO DI TECNICHE ENOLOGICHE D'AVANGUARDIA



AEB PRODOTTI CHIMICI - BRESCIA

RiduxHigh

alta riduzione e il sistema di questo stabilizzatore protetto che agisce sul potenziale ossido-riduzione mantenendo il ferro allo stato stabile; stabilisce il ferromagnesio, mantiene al vino il colore e sapore naturali anche dopo la pastorizzazione e il prolungato invecchiamento.

ACIDO TARTARICO DI (RACEMICO)
ASBEST P1 amianto puro a fibra corta
ASBEST P3 amianto puro a fibra lunga
CATALASI clarificante antiossidante
CREMOR STOP stabilizzante antiretore
CRYSTALFLASH precipitante del cretore
DETERSIVI: IDROSAN - STERISAN
MERLIK - STERYL 2000

EMOGLOBINA albumina animale ex sangue
ENOVIT enzima attivante della fermentazione
FIBROXCEL miscela amianto - fil
IDROSOL gelatina animale idrocolloidale
MAJORENTON B bentonite polva
MAJORENTON C bentonite grana
QUICKCEL clarificante detartarizzante

La "reclame" del passato



Viganò - Milano - Via S. Rocco 24 - Tel. 99015

1989

NOTE DI ATTUALITÀ

Vino e grappa contro la «cinese»

Inattivi per i virus antibiotici e sulfamidici — Le bevande alcoliche ripuliscono il sangue dai microorganismi nocivi

Antibiotici e sulfamidici sono inutili per combattere l'influenza. Sia gli antibiotici, sia i sulfamidici, infatti, a differenza di quanto si comportano con i «grandi» microbi (streptococco, stafilococco, pneumococco ecc.) realizzando un'aggressione distruttiva, restano del tutto inattivi contro i «piccoli» microbi e cioè contro i virus, ovverosia, appunto, contro gli agenti dell'influenza. Il medico prescriverà gli antibiotici quando con l'influenza sussista una complicazione broncopolmonitica sostenuta, oltre che dai virus, dai «grandi» microbi che abbiamo nominato prima. Inutili e spesso anche dannosi gli antipiretici che vengono adoperati per abbassare la febbre, in quanto frequentemente responsabili di reazioni allergiche. Dobbiamo qui aggiungere che gli antipiretici fanno un favore personale ai virus, dato che la febbre, come hanno dimostrato gli studi compiuti dall'Istituto di Patologia generale dell'Università di Roma, nell'Istituto Pasteur di Parigi, combatte, danneggia e uccide i microorganismi responsabili dell'influenza.

Come combatte questa influenza? Antibiotici no, antipiretici no. Nella nostra cultura scientifica, nella nostra esperienza noi raccomandiamo vivamente il buon uso di vino, di grappa, di acquavite e dei superalcolici in genere. Ovviamente in giusto uso. Il vino, che i nostri nonni davano caldo e ben zuccherato, ha ancora pieno diritto di uso non solo per il suo alcol, ma anche per le sue mille molecole biologicamente attive sulla vitalità dell'organismo. Un posto d'onore spetta alla grappa, la cui assunzione dovrebbe essere regolarmente prescritta nella dietologia di gran parte delle malattie. La grappa, infatti, stimola i centri vitali dell'organismo, il midollo, i tessuti linfatici sia rafforzando le difese organiche contro le infezioni, sia contrastando le decadenze metaboliche.

«Le bevande alcoliche e la grappa costituiscono un complemento essenziale nella nutrizione dell'uomo. Un bicchierino di grappa bevuto a fine pasto favorisce la digestione e conferisce più vigore ai cibi». Così efficacemente scrive Luigi Papo in *Nonna grappa* (ed. Anthropos) un libro ricco di interessanti no-

tizie storiche, di informazioni e di consigli, la cui lettura raccomandiamo a quanti amano i buoni gusti del vivere. «La grappa va centellinata — prosegue Papo —; a nostro avviso sbagliano quanti la buttano giù di un fiato. Devono goderne gli occhi, il naso e la gola. Gustarne l'armonia, la finezza, la fragranza...». Tra le nuove grappe citiamo quella al peperoncino, realizzata da Liuni. Una grappa dal gusto gradevolissimo, cui il peperoncino conferisce più energico potere antinfettivo, specie contro l'influenza. Grappa al capor per star meglio in salute.

L'influenza è una



grande amica dell'allergia. Nel recente Symposium di Zakopane, in Polonia, si è ribadita la notevole importanza dei microbi nel determinismo delle malattie allergiche. Con nostre ricerche presentate al Symposium abbiamo posto in rilievo la responsabilità del virus nel determinismo di bronchiti croniche e di asma, eventi complicativi che anche nell'odierna epidemia si verificano in molti malati. Al fine di prevenire codeste complicazioni noi sistematicamente raccomandiamo, nel corso di influenza, l'assunzione di medicinali antiallergici ed antiasmatici. Nel caso di una allergia respiratoria ostinata noi segnaliamo con Centanni l'utilità dei nuovi vaccini per via inalatoria.

Lino Businco

Salute e consumo di vino sono temi la cui trattazione sulle pagine del Corriere Vinicolo segue l'evoluzione delle convinzioni e delle conoscenze scientifiche. In "Vino e grappa contro la 'cinese'" (CV 3/1989) si parla dei diversi benefici che deriverebbero da un consumo responsabile di queste bevande.

2002

Quasi quindici anni dopo, sul CV n. 20/2002 sarà pubblicato "Il vino fa bene, notizia inadatta", una significativa riflessione sulla comunicazione delle evidenze scientifiche esistenti, in relazione all'educazione del consumatore e alle ragioni di salute pubblica, temi questi ancor oggi attualissimi.

vino e salute

IL VINO FA BENE, NOTIZIA INADATTA

FRANCESCO ORLANDI *

Il professor Archibald L. Cochrane è un padre fondatore della epidemiologia medica moderna. Da lui è derivata la Cochrane collaboration, network internazionale che dal 1993 valuta in via definitiva farmaci e altri interventi sanitari sulla base delle evidenze scientifiche esistenti e ne cura la conoscenza più larga, una specie di Corte di Cassazione ispirata alla totale indipendenza (1). Nel 1979 non dovette perciò passare inosservata l'evidenza, presentata da Cochrane sulla rivista medica più prestigiosa del mondo, di un effetto protettivo dell'uso moderato di vino sulla mortalità coronarica in 18 Paesi industrializzati (2).

Occultamento

La notizia, confermata poi da decine di studi, venne tuttavia dichiarata inadatta a una larga diffusione per la "immaturità" della popolazione generale a recepirne, e la possibilità di incoraggiare errori nell'uso di bevande alcoliche.

Questo occultamento fu particolarmente beffardo per Cochrane, uomo che ha dedicato tutto se stesso alla informazione incondizionata dell'utente per ogni acquisizione biomedica.

Semiproibizionismo

Sono occorsi in tal modo più di 15 anni per veder comparire il bicchiere di vino ai pasti nelle linee-guida alimentari raccomandate alla popolazione dalle autorità sanitarie di diversi Paesi occidentali, incluso l'Istituto nazionale della nutrizione (3), e nelle raccomandazioni delle Società più accreditate di cardiologia, di diabetologia, di oncologia. L'idea del consumatore "immaturato" resta tuttavia ben attiva in parecchi medici, in diverse associazioni, in taluni uffici ministeriali e regionali. Si pensa all'alcol in termini di "educazione", di "tutela", di selezione prudente del messaggio appropriato piuttosto che di "informazione" di cittadini responsabili (4). Ne deriva una nebulosità semi-proibizionistica che confonde i messaggi alla popolazione generale (40 grammi, 20 grammi per la donna, zero grammi prima della guida o in gravidanza o sotto i 16 anni) con quelli dedicati all'alcol-dipendenza.

In questo schema, il consumatore "immaturato" deve avere necessariamente la sua controparte naturale: il produttore enologico "immaturato". Questi viene immaginato, descritto e fatto crescere come un operatore infastidito da qualsiasi raccomandazione sul bere sbagliato e poco sensibile alle acquisizioni sugli aspetti nutrizionali del vino. Il prodotto è da promuovere semmai evocando gli etruschi o i fenici o da valorizzare in termini onirici per gli aspetti socializzanti dell'ebbrezza.

Prevenzione

Ciò che più importa è che questa confusione condiziona sostanzialmente la strategia degli investimenti per la ricerca biomedica, i programmi didattici, taluni interventi parlamentari, i comportamenti dello stesso mondo produttivo. Fa piacere veder indicare da anni l'alimentazione tra gli strumenti primari della prevenzione primaria nel Paese, ma di fatto la ricerca trasversale su alimenti e salute viene incentivata molto di più altrove: il lettore che segue questa rubrica avrà notato come gran parte delle acquisizioni scientifiche sugli effetti salutistici del vino provenga dall'estero, e non per difetto dei ricercatori italiani.

L'idea portata avanti da Cochrane, e nell'enologia italiana da Umberto Pallotta, è che ogni scollamento dall'evidenza scientifica porta con sé, accanto agli aspetti etici e illiberali, costi sociali ed economici di grande impatto.

(1) Chalmers I. The Cochrane Collaboration: preparing, maintaining, and disseminating systematic reviews of the effects of health care. *Ann NY Acad Sci* 1993; 703: 156-63.

(2) Leger AS, Cochrane AL, Moore F. Alcohol consumption and coronary disease. *Lancet* 1979; i: 1017-20.

(3) Istituto Nazionale della Nutrizione. Le nuove linee-guida per una sana alimentazione italiana.

Alimentazione Notizie, 1997

(4) Orlandi F, Stefanini GF. Informare la popolazione generale: rischi e benefici. In "Vino: Degustare con Moderazione", F. Orlandi e U. Pallotta Ed, Gruppo Italiano Vini, Verona, 1998

* Gruppo di lavoro "Vino e salute" dell'Accademia italiana della vite e del vino

2018

World BOTTLED WINES

Infine, con un sguardo al futuro, l'articolo in lingua inglese "World bottled wines" pubblicato su *Wine by Numbers (1/2018)*, speciale di statistica e mercati del Corriere Vinicolo che apre, nei temi, e nella forma, a un pubblico di lettori internazionali

Europe acts as a ballast, the Americas keep a marathon pace and the Asian bloc is flying high. In brief, this is the reading perspective for the 35 million hectolitres cumulated by the major countries of the three continents, for an amount of 17 billion US dollar, with performances of strong increase, both in volumes (+4%) and in values (about +7%). Nevertheless, signs of economic malaise should be highlighted: if we extend the period of time, the growth data, measured in CAGR since 2012, decrease to +1.6% in quantities and to +1% in values. Moreover, in the last year, sales values are affected by the weakening of the US Dollar and GB Pound against the Euro, actually bringing about an inflation spiral, which strongly waters down financial performances.

To sum up, the weight of the wine bottle on the scale is supported only and exclusively by the Asian continent and in particular by China, considering that both Hong Kong and Japan have started to slow down. If the world were composed of the 11 countries monitored in this analysis, today Beijing's weight would be 16% in volume and 15% in value terms, practically doubled over a five-year period and mainly over the last 3 years, considering that between 2012 and 2014 there had been a phase for deep reflection. Over the five-year period closed in 2017, the Chinese growth performances stood at +16% of volume CAGR and at +13% of value, reducing the gap with the European bloc (UK, Germany, Switzerland and Russia) from 3.6 billion to 750 million US dollar.

A progressive repositioning of the various competitors' interest towards the East (Chile and Australia) and a re-balancing of New Zealanders and Europeans towards the Americas (however, more France than Italy) seriously start to cause an impoverishment effect on the Old Continent bloc, for which, in general and obviously with some exceptions, wines with an increasingly more basic profile seem to be destined.



CHIANTI RUFFINO PONTASSIEVE

dal 1928...

CULTURA È ANCHE UN VINO

Mantenere vivi in un Chianti i pregi di una terra e di una gente è il nostro modo di fare cultura.

Una terra splendida ma nevada ed esigente, secoli d'ingegno e di esperienza, queste le radici di una tradizione antica che si manifesta nel prodotto tipico delle colline del Chianti. Un lavoro immane ha creato un popolo alla sua terra, abilitato, attento, cosciente, abile; le stesse che la RUFFINO spiega nel produrre un vino perfetto per colore, profumo, gusto. Perciò... cultura è anche un vino.

Tutto questo consente alla Casa RUFFINO di ottenere quel suo Chianti giovane, bevibile e piacevole, e quello splendido Chianti classico che, con il suo rigoroso invecchiamento, invecchiando, si è fatto un patrimonio e la RUFFINO lo possiede.



FINO
aprire il valore del Chianti



...ad oggi

90 anni con il Corriere Vinicolo

