

Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

# IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

ASSOCIAZIONE PER LA TUTELA GENERALE DELLE ATTIVITÀ DEL CICLO ECONOMICO DEL SETTORE VITIVINICOLO

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26  
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta); 90,00 euro versione on-line (Iva inclusa); versione cartacea  
+ on-line 150,00 euro - Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro - Area internet: www.corrierevinicolo.com

Registrazione Tribunale di Milano n. 1132 del 10/02/1949 Tariffa R.O.C.: Poste italiane spa, spedizione  
in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano  
Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Uspi, Unione Stampa Periodica Italiana.



Presentato il volume storico-documentario "Si pubblica il sabato. 90 anni di Corriere Vinicolo" all'Auditorium del Corriere della Sera. Un'efficace opportunità per rileggere il passato con la prospettiva di comprendere il presente e affrontare con consapevolezza il futuro.

Gli interventi del direttore del Corriere della Sera, dell'assessore all'Agricoltura di Regione Lombardia e del segretario generale di Unione Italiana Vini

Grande successo del wine-talk di presentazione del libro: un dibattito intenso sui grandi temi del vino di ieri e di oggi attraverso le parole di Isabella Bossi Fedrigotti, Aldo Cazzullo, Aldo Grasso, Gian Antonio Stella e Beppe Severgnini commentate da Ernesto Abbona, Lamberto Frescobaldi, Sandro Sartor e Domenico Zonin



## La forza della storia e delle idee nelle pagine del "Vinicolo"

**M**ilano. "Celebriamo i 90 anni del Corriere Vinicolo con l'orgoglio di essere riusciti a garantire prospettive di crescita e sviluppo al nostro settimanale, l'unico a stampa del settore, già ben radicato anche nella prospettiva digitale. L'intreccio tra economia, politica, distribuzione, comunicazione, legislazione specifica, tecnologia, scienza, cultura e la conseguente evoluzione dei consumi e dei mercati che ci restituisce la lettura delle migliaia di articoli pubblicati, sono una testimonianza efficace di quanto il vino italiano sia stato, e continui ad essere, motore di sviluppo economico e di trasformazione sociale e culturale. Intreccio che trova numerose conferme nel singolare parallelismo tra le diverse storie del giornale, dell'Unione Italiana Vini, del mercato del vino e del nostro Paese, ricostruite nel volume con grande chiarezza ed efficacia grazie alla collaborazione con il Corriere della Sera, che desidero ringraziare per aver voluto partecipare a questo importante progetto. Dalla sua nascita fino ad oggi, la storia raccontata nelle colonne

del settimanale si interseca con quella della nostra Associazione, che ha saputo svilupparsi in questo secolo per adeguarsi ai cambiamenti della vitivinicoltura italiana, perseguendo sempre lo stesso obiettivo: interpretare le istanze degli imprenditori del vino italiano e farsi carico di rappresentarle in tutte le sedi opportune, dalla politica alle istituzioni, dal mercato ai consumatori. 90 anni di storia alle spalle ci caricano di responsabilità verso il futuro: questo volume vuole essere testimonianza concreta del nostro impegno". Con queste parole **Ernesto Abbona**, presidente di Unione Italiana Vini, ha commentato la presentazione del volume "Si pubblica il sabato. 90 anni di storia del Corriere Vinicolo", tenutasi a fine giugno all'Auditorium del Corriere della Sera a Milano. Parole in cui si condensa il senso più profondo delle celebrazioni per l'importante anniversario del settimanale di UV, ovvero, il valore di saper mantenere sempre vivo un dialogo virtuoso tra passato e presente, con uno sguardo rivolto al futuro, per accompagnare il mondo del vino e farsi efficace interprete delle istanze di tutta la filiera.



Qui a sinistra un dettaglio della platea in sala. A destra, un momento dei saluti introduttivi. Da sinistra: Giulio Somma (in piedi), Fabio Rolfi, Luciano Fontana e Paolo Castelletti. Qui sotto, da sinistra: Alessandro Fede Pellone, Fabio Rolfi ed Ernesto Abbona con il volume "Si pubblica il sabato".



## UN PROGETTO EDITORIALE MA SOPRATTUTTO CULTURALE

“Si pubblica il sabato” ripercorre dunque - attraverso le pagine del Corriere Vinicolo - la storia del vino italiano dell’Unione Italiana Vini a partire dal 1928, anno di nascita del settimanale facendola scorrere in parallelo con i grandi eventi della Storia italiana ripresi, questi ultimi, dalle pagine del Corriere della Sera, partner di questa iniziativa. “Due storie giornalistiche di eccellenza - ha detto **Giulio Somma**, direttore del Corriere Vinicolo, nell’introduzione all’evento - nate entrambe a Milano e con la stessa mission informativa: raccontare le vicende del Paese, il Corriere più ‘grande’, raccontare e ‘dare voce’ al settore vitivinicolo italiano, il nostro Corriere, seguendo due percorsi indipendenti ma che in questi decenni si sono incrociati più volte. Percorsi, racconti, testimonianze, sul vino e attorno al vino che abbiamo voluto riunire in un grande volume per attestare quanto questo prodotto abbia avuto e continui ad avere nel nostro Paese un ruolo, una funzione e una presenza nella società e nella cultura che va oltre il peso economico del settore. Un progetto culturale prima che editoriale, che abbiamo costruito insieme al Corriere della Sera”.

“Un’iniziativa speciale - ha sottolineato **Luciano Fontana**, direttore del Corriere della Sera - che abbiamo voluto condividere perché racconta una storia, quella del vino italiano, in cui c’è anche tanto della nostra storia nazionale. Ma non solo, il vino è stato negli anni protagonista anche sulle colonne del Corriere della Sera. Digitando nel nostro archivio la parola ‘vino’ escono infatti circa 130.000 articoli dedicati. Il primo è del 1900 - quindi ci abbiamo messo quasi 24 anni prima di occuparci di vino - ma l’interesse poi è cresciuto in modo esponenziale; di vino si sono occupati tanti giornalisti e ‘penne’ d’eccellenza del Corriere, da Mario Soldati ad Alberto Moravia e Luigi Veronelli, solo per citarne alcuni. E ce ne siamo occupati cercando sempre di farlo con un linguaggio semplice e chiaro, cercando di raccontare un mondo che è sì un mondo di produzione importantissimo per l’economia italiana, ma è anche cultura”. “Attraverso questa pubblicazione - ha commentato **Fabio Rolfi**, assessore all’Agricoltura di Regione Lombardia, presente all’evento insieme ad **Alessandro Fede Pellone**, presidente di Ersaf - si ha vera-

mente l’idea ‘plastica’ di quanto la storia del vino in Italia sia intimamente intrecciata con la storia del Paese. Ma questo volume è anche l’occasione per guardare al futuro e continuare una storia di successo. Un futuro molto interessante anche per la Lombardia. Se c’è infatti un prodotto della tradizione agricola che più di altri sa raccontare un territorio, la sua arte, la sua cultura e la sua biodiversità è il vino. E tutti questi elementi oggi sono strategici per fare sistema e caratterizzare l’offerta turistica, e in questo caso enoturistica, nuova importante frontiera di sviluppo”.

## PROIETTARSI VERSO IL FUTURO

Raccontare con orgoglio 90 anni di storia dunque ma anche proiettarsi al futuro. Un augurio, ma soprattutto un impegno per Unione Italiana Vini, associazione che fin dalla sua nascita ha saputo raccogliere e interpretare le istanze della filiera vitivinicola e farne progetto politico. Anche attraverso il Corriere Vinicolo. L’editoriale scritto sul primo numero de Il Commercio Vinicolo dal suo fondatore Arturo Marescalchi, una delle più importanti figure del vino italiano del secolo scorso, indica subito chiara la mission del foglio: essere “Voce della classe”, quindi un giornale informativo ma anche politico, creato per dare voce all’imprenditoria del settore.

“L’impegno oggi di Unione Italiana Vini - ha affermato il segretario generale di UIV, **Paolo Castelletti** - è di fare ancora meglio rispetto a quanto ci è stato lasciato in dote dai nostri predecessori. Dal 1928 naturalmente sono cambiate molte cose, la società è mutata così come la struttura del mondo vitivinicolo si è evoluta, ma questo settimanale è riuscito a mantenere inalterata la sua vitalità e a non perdere visibilità, come è successo invece a moltissime iniziative editoriali legate al vino sorte agli inizi del Novecento. La sua forza deriva dal fatto di non aver descritto solo l’attività di rappresentanza delle proprie imprese, ma di essere stato in grado di raccontare - e per certi aspetti e in alcuni momenti anche di anticipare - gli scenari globali del settore, tanto che scorrendo le pagine del volume si scopre come tanti temi ricorrono nei decenni, seppur con modulazioni magari differenti, fino ai giorni nostri. Il Corriere Vinicolo non è un house organ: si parla di Unione Italiana Vini, ma si scrive anche tanto del settore nella sua globalità, a livello nazionale e internazionale. È un giornale di carta - ha poi aggiunto - e si dice che oggi la stampa sia in crisi, noi però continuiamo a puntare molto su questa modalità di comunicazione - anche se abbiamo implementato il formato digitale - perché crediamo che rappresenti una forma privilegiata per dialogare e confrontarsi con tutti i nostri interlocutori, dai produttori ai responsabili delle istituzioni italiane ed

europee, al mondo della distribuzione”. “In un mondo digitale dove l’informazione viaggia veloce nella Rete, è importante riaffermare il valore della carta stampata - gli ha fatto eco **Luciano Ferraro**, caporedattore centrale del Corriere della Sera -: i giornali di carta sono una vera palestra di dibattito, e il dibattito garantisce la democrazia. Come siamo innamorati della carta, lo siamo anche della conservazione della memoria della carta, da qui è nato l’archivio del Corriere della Sera, fruibile al pubblico, dove è raccolto tutto quanto è stato scritto dal 1876, anche sul vino. E parlando di vino in realtà si parla di tutto: di ambiente, di clima, di politica, di fisco, di cultura...anche di religione. E il linguaggio che abbiamo voluto usare - come anticipato prima dal direttore Fontana - è stato quello programmatico del primo editoriale del Corsera ‘vogliamo parlare chiaro, senza ideologia ma raccontando le notizie, che un fatto è un fatto e una parola è una parola’. Questo è il filo conduttore delle nostre pubblicazioni, ma è anche il filo conduttore tra il nostro quotidiano e Il Corriere Vinicolo: volere parlare senza ideologie, dalle cose pratiche alla descrizione del mondo, avendo sempre come punto di riferimento il proprio lettore”.

## CONFRONTO A PIÙ VOCI: VIVERE E INTERPRETARE IL PASSATO

Dopo la presentazione del volume e dei criteri che hanno guidato la sua realizzazione, da parte del direttore del Corriere Vinicolo, focus dell’evento è stato un originale wine talk, che ha visto protagonisti - attraverso quattro videointerviste realizzate per l’occasione - alcune grandi firme del Corriere della Sera che hanno scritto di vino in questi anni e altrettanti protagonisti del mondo vitivinicolo italiano chiamati a commentare alcuni grandi temi evocati.

  
**MARCHESI DI BAROLO**  
*Antiche Cantine in Barolo*

**IL CORRIERE VINICOLO**  
1928 · 2018

*Auguri, Corriere Vinicolo, per un successo che continua!*



IL CORRIERE VINICOLO  
1928 · 2018

Giulio Somma



## Si pubblica il sabato. 90 anni di storia del Corriere Vinicolo

TITOLO: SI PUBBLICA IL SABATO. 90 ANNI DI STORIA DEL CORRIERE VINICOLO. CON ANTOLOGIA RAGIONATA DEGLI ARTICOLI E UN PROFILO STORICO DELL'ITALIA DAL 1928 AD OGGI, RICOSTRUITO ATTRAVERSO LE PAGINE DEL CORRIERE DELLA SERA

AUTORI: FRANCESCO EMANUELE BENATTI, GIULIO SOMMA, MICHELE PELLEGRINI, LUCIANO FERRARO, FABIO CIARLA

EDITORE: UNIONE ITALIANA VINI  
ISBN: 978-88-900836-7-9  
PAGINE: 464  
PREZZO DI COPERTINA: € 50,00

Per informazioni: abbonamenti@corrierevinicolo.com - tel. 02 72222848

"Si pubblica il sabato. 90 anni di storia del Corriere Vinicolo" è il volume con cui l'Unione Italiana Vini celebra il novantesimo compleanno del suo organo di informazione. Nata a Milano nel 1895 come Unione lombarda fra i Negozianti di vini, quella che è ora la più importante associazione di rappresentanza delle imprese vitivinicole italiane, cambiò presto il suo nome in Unione Italiana Vini (UIV), avendo raccolto soci in tutta la penisola. A partire dal dicembre 1928 affidò la comunicazione dei suoi atti a Il Commercio Vinicolo, settimanale che ebbe come fondatore e primo direttore Arturo Marescalchi (1869-1965), enotecnico, politico e intellettuale: certamente una delle più importanti figure del vino italiano nella prima metà del XX secolo. Nell'aprile 1950, per meglio rappresentare l'evoluzione del comparto e dell'Associazione che rappresenta, Il Commercio Vinicolo divenne Il Corriere Vinicolo, nome che ancora oggi contraddistingue la testata del più importante foglio italiano del vino. Volume illustrato di 464 pagine, realizzato in collaborazione con Il Corriere della Sera, "Si pubblica il sabato", nel progetto editoriale curato da Giulio Somma, è composto di due parti. Nella prima sono raccontate, suddivise per decennio, la storia

di UIV e del suo organo d'informazione, a partire dalle fonti documentali presenti nell'Archivio Storico di Unione Italiana Vini (a cura di Francesco Emanuele Benatti e Giulio Somma), segue un profilo della storia d'Italia (a cura di Michele Pellegrini) e un racconto del vino italiano rivolto al grande pubblico e sviluppato sul commento dei più bei contributi di argomento enoico comparsi su Il Corriere della Sera (a cura di Luciano Ferraro). Per ogni decennio è infine data, in riproduzione fotografica, una selezione che consta in totale di oltre 190 dei più significativi articoli finora comparsi sul Corriere Vinicolo: un florilegio capace di trasmettere, senza bisogno di commento, la natura e il carattere del settimanale dell'Unione (a cura di Francesco Emanuele Benatti). La seconda parte del volume è invece il racconto di quattordici eccellenze del vino italiano, aziende socie di Unione Italiana Vini che hanno contribuito a fare del vino "il sorriso d'Italia". (a cura di Fabio Ciarla). L'edizione di Si pubblica il sabato è parte dell'importante progetto di valorizzazione dell'Archivio Storico di Unione Italiana Vini.



Da una parte dunque **Isabella Bossi Fedrigotti, Aldo Cazzullo, Aldo Grasso e Gian Antonio Stella**, con l'incursione a sorpresa anche di **Beppe Severgnini**, e dall'altra - moderati da Luciano Ferraro - **Ernesto Abbona**, presidente di Marchesi di Barolo e UIV, **Lamberto Frescobaldi**, presidente Marchesi Frescobaldi e vicepresidente vicario UIV, **Sandro Sartor**, presidente Ruffino e vicepresidente UIV, e **Domenico Zonin**, presidente Zonin1821. (vedi il servizio alle pagine IV-VII).

Un grande confronto a più voci a più voci da cui è emersa anche una sollecitazione sulla necessità di una maggior valorizzazione - e comunicazione e promozione - di quello che è il riconoscimento culturale che il vino rappresenta. In questa direzione, questa esigenza trova risorse e linfa vitale anche nel progetto dell'Archivio storico di Unione Italiana Vini, di cui una prima concretizzazione è la nascita dell'emeroteca del Corriere Vinicolo, già consultabile on line dal 27 giugno. Nella filosofia di continuità tra passato, presente e futuro, le celebrazioni del 90° anniversario del Corriere Vinicolo hanno infatti rilanciato il progetto dell'archivio storico associativo in una prospettiva di recupero e valorizzazione di un patrimonio culturale che esca fuori dagli schedari, per diventare strumento fungibile di riconoscimento d'identità, di prospettiva e crescita. Testimonianza concreta del valore di una modalità moderna di vivere e interpretare le testimonianze e i documenti del passato. "Il compito dell'ente di tutela che rappresento - ha detto **Annalisa Rossi**, sovrintendente all'Archivistica della Lombardia intervenuta all'evento - è stare accanto ai soggetti produttori e alle imprese che UIV rappresenta in questo settore, affinché gli archivi e il materiale documentale possano farsi leva di sviluppo generativo e consapevolezza culturale produttiva. Speriamo di poter lavorare con voi, mi impegno pubblicamente a farlo".

"La storia del Corriere Vinicolo - ha concluso Giulio Somma - è una storia di successo che continua. Siamo consapevoli di quanto la memoria delle battaglie di ieri sia portatrice di messaggi per le battaglie di domani, nel segno di una continuità che il nostro giornale ha sempre considerato come il primo valore da rispettare e a cui tener fede, coscienti di quanto in fondo anche noi siamo nani sulle spalle di giganti, un grado proprio per questo di sfidare il futuro con la forza di chi ha saputo leggere e studiare il nostro passato". A. V.



Annalisa Rossi

### GUIDA ALLA LETTURA

Nel libro "Si pubblica il sabato", il cui titolo riprende l'occhiello che ha accompagnato le copertine del Vinicolo per i primi decenni, vengono ricostruiti, in parallelo, quattro percorsi storici che si snodano attraverso nove capitoli, dedicati uno ad ogni decennio, più un capitolo conclusivo

I quattro itinerari storici narrano da una parte le vicende storico-politiche dell'Italia e l'evoluzione del vino nella cultura popolare e nell'immaginario collettivo - entrambe ricostruite attraverso le pagine del Corriere della Sera -, dall'altra la storia del mondo vitivinicolo italiano e dell'Unione Italiana Vini e l'evoluzione del Corriere Vinicolo, raccontate attraverso gli articoli del settimanale.

Quattro percorsi presentati con una ricostruzione assolutamente originale, realizzata attraverso una selezione di articoli raccolti dagli archivi storici dei due "Corrieri" dai quali emerge una narrazione affascinante e inedita dell'Italia di ieri e di oggi. Si scoprono intrecci tra dinamiche sociali, culturali, politiche ed economiche che testimoniano quanto il vino - e il suo mondo - siano stati importanti e radicati nel Paese, offrendo una chiave di lettura nuova per comprendere perché, ancora oggi, questo prodotto sia un valore del "sistema Italia" ben oltre il suo peso economico e produttivo.

Un libro che probabilmente non si legge tutto d'un fiato, ma potremmo dire che si degusta pian piano proprio come si fa con un buon vino.



IL CORRIERE VINICOLO  
1928 · 2018

90 anni di storia  
al servizio  
del vino italiano

Auguri!

da



FRESCOBALDI  
TOSCANA



IL CORRIERE VINICOLO  
1928 · 2018

# STORIE DI IERI... VINO DI OGGI

di FABIO CIARLA

**I**l ruolo della carta stampata nel mondo del vino raccontato in video, è questa la chiave di lettura del “wine talk” che ha concluso la giornata di presentazione del volume celebrativo dei 90 anni del Corriere Vinicolo, giovedì 27 giugno a Milano.

A centrare il punto è stato **Luciano Ferraro** del Corriere della Sera che, da “padrone di casa” ma allo stesso tempo per il ruolo che riveste nel quotidiano di via Solferino, ha precisato subito che “noi sulla carta poniamo ancora una grandissima attenzione, uno sforzo che penso sia riconosciuto dai lettori. Siamo il primo tra i giornali italiani e siamo felici di poter dimostrare che i giornali di carta sono una palestra di dibattito, a differenza di altri mezzi di comunicazione, e il dibattito garantisce la democrazia”. Tracciarci poi il percorso del vino sulle colonne del Corriere della Sera per Ferraro è facile, mettendo in fila nomi come Soldati e Moravia si capisce subito come il contesto sia ampio e tocchi tantissimi temi, dall’ambiente alla cultura, dall’economia all’attualità. Ma c’è anche un filo conduttore chiaro che lega le due testate, lo sforzo narrativo del Corriere della Sera e l’impegno del Corriere Vinicolo a dialogare con gli operatori e il settore, ovvero parlare senza ideologia partendo dalle cose pratiche per arrivare alla descrizione del mondo. Il libro - ha concluso Ferraro - è il frutto dell’unione di due archivi, ma questo ci ha portato a scrivere senza volerlo un saggio sulla storia d’Italia,

mettendo insieme tutto quello che è successo in questi ultimi 90 anni nel nostro Paese”. Dalla carta al video, dicevamo, per arrivare al dibattito dal vivo.

Il momento “wine talk” introdotto da Ferraro ha visto salire sul palco **Ernesto Abbona**, presidente di Unione Italiana Vini e di Marchesi di Barolo; **Lamberto Frescobaldi**, vicepresidente vicario UIV e presidente Marchesi Frescobaldi; **Sandro Sartor**, vicepresidente UIV e presidente Ruffino; e **Domenico Zonin**, presidente Zonin 1821. A loro il compito di commentare, interagire, verificare quanto detto nelle videointerviste curate dal direttore del Corriere Vinicolo, **Giulio Somma**, a quattro tra le più importanti firme del Corriere della Sera come **Isabella Bossi Fedrigotti**, **Alzo Cazzullo**, **Aldo Grasso** e **Gian Antonio Stella**. Senza dimenticare un imprevisto, e molto stimolante, intermezzo di **Beppe Severgnini**, capace di inserirsi in una narrazione di altissimo livello con il suo stile leggero ma pungente.



## Aldo Cazzullo

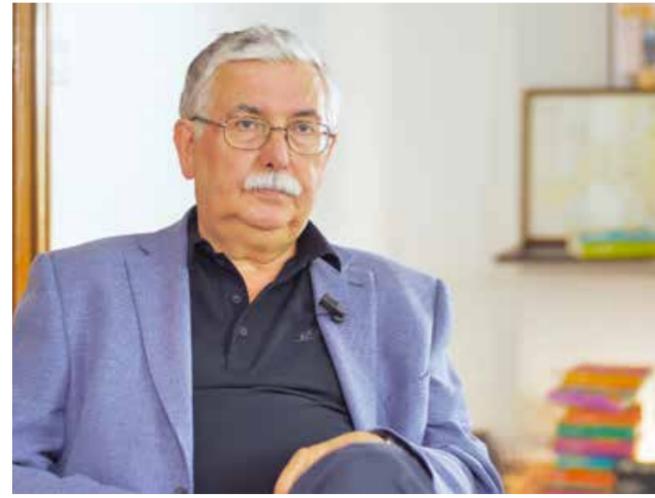


## Il ruolo del vino nell’identità italiana

**L**a serie di interviste è stata aperta da ALDO CAZZULLO, inviato e firma di politica e storia del Corriere della Sera, e non poteva essere altrimenti. Il tema scelto infatti era quello delle basi della nostra storia vitivinicola e di come queste si intreccino con la nostra società. La prima domanda va ad indagare proprio il ruolo del vino nella definizione dell’identità italiana, sia per il Sistema Paese sia per le singole comunità territoriali. Un aspetto così intrinsecamente connesso a molti aspetti del discorso che Cazzullo non può esimersi dal tracciare un quadro di originalità unica per l’Italia, cercando di dare anche una risposta alla seconda domanda, ovvero se il vino continua a svolgere una sua funzione nella definizione dell’identità italiana. Dalla generazione di un’identità alla sua attualizzazione, un viaggio raccolto in pochi passi che diventa poi linguaggio, comunicazione. Infatti il secondo aspetto indagato è il racconto di questo mondo antico e moderno, inserendo nella questione l’epica del vino e la sua importanza. Qui Cazzullo spazia, dalla citazione inevitabile delle sue Langhe con l’incipit de “La Malora” di Beppe Fenoglio alla necessità di una maggiore precisione nella comunicazione del vino, anche per i giovani. Un intervento ricco di sfaccettature, con citazioni colte e più leggere (compreso l’attore Antonio Albanese e la sua parodia del sommelier o lo scrittore Nico Orengo con il volume “Di viole e liquirizia”), capace di aprire un dibattito dai notevoli risvolti, non sempre prevedibili.

Il commento alle parole di Cazzullo è stato affidato a **Ernesto Abbona**, chiamato da Luciano Ferraro a confermare o smentire la ricostruzione fatta dal giornalista sull’importanza del vino nella descrizione dell’identità italiana, a cominciare dalla litigiosità intrinseca nel nostro Paese. “È vero, siamo l’Italia dei mille campanili - ha detto Ernesto Abbona - e anche in questo il vino è uno strumento unico di identità in quanto descrive bene queste differenze. Ma per noi è un punto di forza, anzi dobbiamo spingere su questa capacità del vino di raccontare la nostra terra. Quando una bottiglia di vino italiano va in giro nel mondo, le persone che la consumano non godono solo di quel vino ma anche del fascino del territorio che esso rappresenta. Il vino è il sogno del luogo dal quale proviene e della Cultura che l’ha prodotto, a volte con grande fatica”. Fatica ma anche convivialità, ricorda Ernesto Abbona: “Tutti i nostri anziani si sono sempre trovati il tempo per rifocillarsi con gli amici, con una bottiglia di vino e un mazzo di carte magari, il vino è sempre stato fatica ma anche gioia e condivisione”. Un mondo antico, che aveva un diverso modo di esprimersi, oggi però il vino sembra diventato qualcosa solo per esperti. “A volte la ricerca di un linguaggio forbito anche da parte delle aziende - conferma il presidente UIV - sembra elevi il prodotto ad una dimensione più importante. In realtà credo che il vino sia un prodotto complesso ma quotidiano, la cosa più bella è riuscire a descriverlo in parole semplici così che tutti possano capirlo prima di bere, per trovare poi conferma, degustando, di quanto è stato scritto o detto”.

## Gian Antonio Stella



## Tra vino, politica, potere...





IL CORRIERE VINICOLO  
1928 · 2018



Un momento del wine talk moderato da Luciano Ferraro (primo a sinistra), che ha visto protagonisti: Sandro Sartor, Lamberto Frescobaldi, Ernesto Abbona e Domenico Zonin (in quest'ordine da sinistra nella foto)

Un grande wine talk in cui gli ultimi 90 anni del vino sono stati raccontati dal vivo da grandi giornalisti e grandi produttori. Un incontro a più voci in occasione della presentazione del volume "Si pubblica il sabato" il 27 giugno scorso: video-interviste e dibattito, in una affascinante alternanza di tempi, stili e modalità comunicative con al centro sempre il vino italiano

**Aldo Grasso**



**Il vino tra buona e cattiva comunicazione, tra moda e tradizione**

**...e il fenomeno Prosecco**

La videointervista di Giulio Somma all'autore della serie, tra articoli e libri, sulla "Casta" non poteva non partire dal ruolo del potere anche nel mondo del vino. GIAN ANTONIO STELLA quindi racconta e viene stimolato a mostrare come la politica sia importante per il vino e viceversa. Si parte dal Tocai, dalla battaglia, poi vinta dall'Ungheria, giocata sui tavoli europei nel 1992 che ci ha visto soccombere perché "l'Italia in quegli anni si è giocata male diverse carte" dice Stella. Quanto l'enogastronomia sia però anche un simbolo importante nella vita sociale, soprattutto italiana, lo si capisce dal lavoro teatrale della famosa firma del Corriere della Sera. Stella infatti, dopo aver indagato i mali di una classe politica autoreferenziale, con lo spettacolo teatrale "La tavola e il potere - In vino veritas, in cibo identitas" passa ad esaminare quanto il cibo, e il vino, possano essere a loro volta strumenti di potere. Infine il fenomeno Prosecco, con un famoso servizio del 2017 che costò a Stella pesanti accuse di retorica e disfattismo.

Luciano Ferraro non si fa sfuggire l'occasione e, alla fine dell'intervista, chiama in causa **Domenico Zonin** proprio per parlare dello straordinario successo delle bollicine italiane. Dalla legge del 2009 che istituiva la "Super Doc", come l'ha chiamata qualcuno, sono passati dieci anni e forse si può fare un'analisi, un esame di come sono andate le cose, chiedendosi se effettivamente il Prosecco abbia corso troppo e se, magari, si doveva operare per una crescita meno travolgente. "Credo che innanzitutto ci sia da chiarire che un fenomeno del genere nel mondo del vino non si era mai visto - puntualizza il presidente di Zonin1821 - e per prima cosa dobbiamo essere orgogliosi, facendo le congratulazioni al territorio, che ha saputo creare un marchio di così grande successo. Certo, la crescita è stata talmente veloce che non è stato facile controllare il processo, in 10 anni si è passati da pochi milioni a quasi mezzo miliardo di bottiglie prodotte, qualcosa di pazzesco in particolare nel mondo del vino, settore nel quale si pianta oggi e si raccoglie la prima uva dopo 2 o 3 anni". Una storia comunque positiva per Zonin: "Il Consorzio era giovane, ci sono stati errori in passato ma è una vicenda di successo. Ora bisogna gestirla al meglio e mi sembra che il Consorzio lo stia facendo. Con il Prosecco non dobbiamo arrivare ai prezzi dello Champagne ma nemmeno svilarlo". Ecco, i prezzi, erano uno dei temi affrontati da Stella nel servizio del 2017 e sono lo spunto per l'ultima domanda di Ferraro sul futuro del Prosecco tra valorizzazione e aumento di produzione. Su questo Zonin è chiaro, la via maestra non è quella di un aumento dei prezzi: "Si è visto che quando il prezzo del Prosecco supera, per lo sfuso, i 2 euro o 2,20 euro a litro si cominciano a riscontrare problemi di mercato. Quel brand ha quel limite a livello di mercato, cioè 1,80 o al massimo 2 euro a litro sfuso, perciò credo sia meglio regolarsi su quella fascia e puntare su altri aspetti, d'altronde è un prezzo corretto che valorizza il prodotto e dà reddito ai produttori".



**S**e di fenomeni bisogna parlare allora come evitare di tracciare la strada di un altro successo inimmaginabile come quello dell'enogastronomia in televisione? Un filone che continua a riscuotere grandissimi consensi, partito forse dal successo dei food blogger e arrivato agli spazi di massimo ascolto della RAI. Per farlo non c'era firma e mente migliore di ALDO GRASSO nel suo ruolo di critico della TV per il Corriere della Sera, al quale si affianca anche il suo essere produttore di vino, seppur piccolo, in quel di Dogliani. L'intervista di Giulio Somma parte da una stiletta che Grasso rifilò al mondo della sommellerie, o meglio ad un evento specifico andato in onda in televisione, affermando qualcosa di piuttosto serio sul come comunicare il vino sul piccolo schermo. Una riflessione che si collega all'essenzialità di fenomeni culturali come quello dell'enogastronomia, che se diventano solo moda decadono enormemente. L'esempio positivo arriva con il concetto di viaggio, la prima citazione è per Mario Soldati, ovviamente, ma l'analisi è poi estesa alla società moderna, nella quale sembra non riuscire a trovare spazio una comunicazione della complessità del vino. Una comunicazione, si diceva, peggiorata forse anche perché è più facile andare dietro alle mode, come fa notare Luciano Ferraro a **Sandro**

**Sartor**, chiedendo quanto influiscano queste tendenze sul consumo.

L'occasione è utile a Sartor, che non se la lascia sfuggire, per chiarire le diverse posizioni nelle quali si trovano i vari player internazionali. "Diciamo che i consumi modaioli influiscono - ha detto Sartor - ma va precisata una cosa importante. Noi italiani che facciamo vino da lunghissimo tempo dobbiamo fare molta attenzione ad andare troppo dietro alle mode, questo tipo di consumi sono il punto di forza di chi è entrato nel settore da poco, da 10 o 20 anni, soggetti che devono per forza puntare sulla stretta attualità. Noi invece abbiamo un altro punto di forza che è la nostra tradizione, non una tradizione da difendere in quanto tale ma come elemento di differenziazione, dobbiamo riuscire a farla rimanere contemporanea. Parlando di comunicazione, che è un tema caldo, dobbiamo riuscire a capire come comunicare il vino italiano ai non italiani e nel modo più rilevante per loro. Noi ragioniamo sempre mettendoci dal punto di vista dell'italiano, di cosa vorremmo sentirci dire - conclude - e invece dovremmo fare lo sforzo di trovare il modo di comunicare il vino italiano a chi magari dell'Italia sa poco, ma è comunque innamorato del nostro Paese".

continua a pag. VII

**Ospite a sorpresa**  
**L'ironia di Beppe Severgnini**



Un wine talk come si deve ha poi l'ospite a sorpresa, ruolo assegnato in questa occasione a **BEPPE SEVERGNINI**, grande firma anche lui del Corriere della Sera chiamato a raccontare e in parte rafforzare il concetto di cattiva comunicazione in televisione per il vino (vedi sopra). La spiegazione, con la consueta dose di ironia e sagacia, è stata semplice ma non banale: "Il vino non viene raccontato bene in tv perché mette insieme le persone, è sempre conciliazione e serenità, mentre la televisione di oggi ama far litigare pensando così di fare ascolti, quindi...". Un acuto osservatore come Severgnini diventa merce preziosa nella ricerca di un'analisi che vada oltre le cifre note del racconto, così alla citazione di un suo articolo in cui si diceva che "Il maschio post moderno è quello che si inventa gourmet e non riesce più a bere un bicchiere di vino senza parlarne" il commento dal vivo è: "Mi piace prendere in giro i vezzi degli italiani e questo è uno, d'altronde - chiude con una battuta il "tifoso" Severgnini - per darsi un tono non si può parlare solo dell'Inter, ci sono altri argomenti fascinosi!".

# CHIANTI MELINI



CASA FONDATA  
NEL 1705



GRANDI CANTINE  
IN PONTASSIEVE FIRENZE

➔ segue da pag. V

## Isabella Bossi Fedrigotti



# Tra trend di consumo e valore della cultura, per un nuovo racconto del vino

**A** ISABELLA BOSSI FEDRIGOTTI, storica firma di cronaca e costume per il Corriere della Sera e anche produttrice con l'azienda di famiglia, nell'intervista proiettata si ricorda innanzitutto un articolo legato a un lontano Vinitaly del 1978. "Nel suo articolo c'erano temi ancora del tutto attuali - chiarisce Somma - come i trend di consumo e le dinamiche dell'export, sembra quasi che il quadro non sia cambiato". In realtà alcune cose sono cambiate, sia per il vino italiano sia per Vinitaly, conferma la Bossi Fedrigotti, che poi dice la sua - da cronista dell'attualità e dei costumi quale è da sempre - sui nuovi fenomeni di consumo legati a luoghi, come i wine bar, e abitudini, come l'happy hour. Una conoscenza e un amore verso il mondo del vino da entrare anche nei romanzi firmati da Isabella Bossi Fedrigotti, come nel suo "Amore mio uccidi Garibaldi" in forma di epistolario, per

raccontare davvero i valori che si possono trasmettere tramite il vino stesso. Il wine talk a questo punto si è arricchito di interventi impreveduti, d'altronde parlando di Vinitaly e avendo in sala Giovanni Mantovani, dg di Veronafiere, è venuto spontaneo a Ferraro chiedere quanto e come sia cambiata la più grande fiera italiana del vino. "Oggi - ha detto Mantovani - il nostro mestiere non è più vendere gli spazi espositivi ai produttori, o meglio lo è ormai solo in parte. Il nostro lavoro oggi è soprattutto costruire la domanda, l'altra parte della presenza in fiera. C'è un lavoro di intelligenza sui mercati, di relazioni, di sviluppo di sinergie. Il lavoro per il futuro del Vinitaly è quello di far crescere la cultura del vino. Soprattutto sui mercati emergenti non dobbiamo puntare solo a mode e tendenze, ma a convinzioni e culture che crescono e che noi contribuiamo a far crescere".

Altro aspetto toccato da Isabella Bossi Fedrigotti con grande classe è stato quello del valore dei nostri vini all'estero, nei contesti "che contano" come direbbe qualcuno. In questo caso Luciano Ferraro, vedendo in sala Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi e della Union International des Oenologues, ha pensato di arricchire il dibattito con un altro intervento di spessore. "Il vino è un prodotto della cultura, - ha esordito Cotarella - anzi nella storia non c'è altro prodotto che ha la stessa valenza. Io faccio sempre la differenza tra bere o degustare, bere è un'azione meccanica mentre degustare prevede cultura. Il problema è che tutto questo manca in Italia, non ci dobbiamo meravigliare se il più caro tra i vini italiani, il Maseto, è immeritabilmente sotto il costo di tanti vini francesi. Loro sanno fare cultura, sanno fare della cultura un plus per aumentare il valore del vino, noi no. Loro hanno fatto della



## La Degustazione delle grandi etichette del 90°

Al termine della serata di celebrazioni è stata proposta una degustazione dedicata ai vini presentati dalle "aziende del novantesimo", 14 imprese di lunga tradizione, protagoniste della storia del vino italiano: Marchesi di Barolo, Frescobaldi, Ruffino, Gruppo Italiano Vini, Zonin1821, Vinicola Decordi, Cavit, Mezzacorona, Schenk Italian Wineries, Rivera, Banfi, Botter, Mondo del vino, Vite Colte Terredavino. In abbinamento, una selezione di prodotti tipici lombardi presentati da Ersaf - Regione Lombardia.



Giovanni Mantovani



Riccardo Cotarella



cultura un tesoro non solo immateriale ma anche materiale. L'Italia sta recuperando e stiamo facendo passi da gigante - ha concluso Cotarella - ma certo loro non stanno fermi a guardare, comunque il gap è diminuito e speriamo di azzerarlo a breve". Il valore ma anche la comunicazione del vino: tentando di riassumere e dare centralità ad entrambe le cose, Ferraro chiama in causa **Lamberto Frescobaldi**. La domanda è secca, per quanto non facile, ovvero quali sono le strade percorribili per un nuovo racconto del vino che non sia solo quello agiografico ma che comprenda le cose nuove e pratiche viste, per esempio, con l'impegno dell'azienda Frescobaldi a Gorgona. La risposta è ovviamente articolata, parte dall'importanza della storia e della geografia, "perché non c'è bisogno di reinventarsi la ruota - ironizza Frescobaldi - ma di un continuo raccontare il luogo d'origine. Luogo che è arrivato nel nostro mondo nel 1963 con la legge sulle denominazioni. E poi, per spargliare un po' le carte, voglio ribadire che il vino comunque è un soggetto complicato e non dobbiamo banalizzarlo. Anzi, il vino è bello anche perché è complicato. Conoscerlo diventa un'attività in-

trigante, vuoi sapere di più... Le descrizioni complesse ci tengono vivi e attenti. E poi, ripeto, dobbiamo continuare a parlare di territorio senza stancarci. Questo ci contraddistingue, l'Italia produce vino ovunque. La cultura del produttore deve smarcarsi dal vecchio assunto di fare quantità, la quantità oggi non serve a nessuno, dobbiamo ridurre la quantità per fare delle cose che riescano a differenziarsi le une dalle altre". Il futuro del vino, chiede Ferraro, è nei giovani, nei maggiori consumi o in nuovi mercati? "I giovani berranno meno, anche noi berremo meno - sentenzia Frescobaldi - perché i nostri consumi alimentari sono cambiati, si beve vino solo la sera o nei fine settimana, ma in assoluto il consumo di vino aumenterà. Pensate solo alla Cina, all'India o all'Indonesia, la popolazione mondiale in generale sta crescendo, dobbiamo però produrre delle cose che siano interessanti, diverse tra loro, originali. Vedo un futuro roseo, sebbene i consumi pro capite scenderanno comunque cresceranno a livello assoluto, quello che mi auguro è che questo avvenga tramite un percorso culturale che tenga lontano gli eccessi per non dare messaggi sbagliati".

## Verso il futuro: la squadra di redazione del Corriere Vinicolo



"... abbiamo condiviso un percorso bello, faticoso, che ci ha permesso di capire ancora di più il valore del nostro lavoro e la grande responsabilità verso la storia che è sulle nostre spalle".

90 anni: una storia di successo che continua

**IL CORRIERE VINICOLO**  
1928 · 2018

*Tanti auguri*

da



**RUFFINO**  
DAL 1877

# CRISTALLGEN

Sono sufficienti 3 giorni di permanenza del vino in vasca di refrigerazione; il CRISTALLGEN provoca infatti nella massa una nebbia di microscopici cristallini funzionali da germi ideali per la rapida precipitazione del cremore. La stabilizzazione in tal modo è sempre sicura. Si raddoppia almeno la capacità produttiva dell'impianto a freddo. Le più autorevoli referenze.

**OGNI NOSTRO PRODOTTO**

**RISOLVE FINALMENTE**

**IL PROBLEMA TECNICO CHE VI ASSILLA**

# MIRKOLL

Potente chiarificante-stabilizzante, in quanto adsorbe alcune sostanze, soprattutto coloidi, che ostacolano la chiarificazione e provocano successi intorbidamenti o sedimentazioni. Indicato soprattutto per vini dolci, giovani o di difficile stabilizzazione.

**MIRKOLL TIPO B**  
CHIARIFICANTE - STABILIZZANTE  
**MIRKOLL TIPO C**  
AVENTE ANCHE ELEVATO  
POTERE DETANNIZZANTE

**SUCCESSO**

**GARANZIA**

**SICUREZZA**

# ANTIFLOR

PREPARATO SPECIALE CHE EVITA LA FIORETTA E LO SPUNTO SENZA ESSERE AGGIUNTO AL VINO (PROCESSO DAL CIN)

- 1) Nei fiaschi e bottiglie col semplice trattamento dei tappi di sughero.
- 2) Nei fusti e vasche, sospendendo nell'interno una spugna, o altro, bagnata del prodotto.

Laboratorio Enochimico Dott. G. DAL CIN - MILANO - Via T. Grossi, 2 - Tel. 89.74.67

*Corriere Vinicolo*

*F.14 15 marzo 1952*

Una delle prime pagine pubblicitarie Dal Cin, all'epoca Laboratorio Enochimico Dott. G. Dal Cin, apparsa sul Corriere Vinicolo (15 marzo 1952).

# TUTTO INIZIÒ TANTO TEMPO FA...

*Ringraziamo tutti coloro che ci hanno aiutato a crescere  
in questi nostri primi settant'anni*



1949 - 2019

www.dalcin.com - info@dalcin.com