



1928 - 1938 IL PRIMO DECENNIO

IL COMMERCIO VINICOLO

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.

CONTO CORRENTE POSTALE ANNO I. NUM. 1

1

Dicembre 1928 ANNO VII - E. F.

SI PUBBLICA IL SABATO

1 dicembre 1928: inizia la storia...

di GIULIO SOMMA direttore del Corriere Vinicolo

Era il 1 dicembre del 1928 quando dai "tipi del Cav. Enrico Gualdoni" di Milano usciva il primo numero di un nuovo settimanale dedicato al vino. Aveva come testata Il Commercio Vinicolo, organo dell'Unione Italiana Vini.

Nel suo primo editoriale il direttore e fondatore del settimanale, l'enologo, onorevole Arturo Marescalchi - figura di riferimento del mondo vitivinicolo italiano della prima metà del 900 - indica subito con chiarezza la mission del suo giornale: essere la "Voce della classe" in senso ampio, volgendo quindi il foglio non soltanto agli interessi propri dei commercianti di vino ma anche "ad armonizzare questi interessi nel grande quadro della vita economica della nazione".

Un giornale quindi politico-associativo, quello dell'Unione Italiana Vini, che volle però subito diventare a tutti gli effetti il "settimanale del vino italiano", sfuggendo alla logica restrittiva del bollettino sindacale proponendosi invece quale vero e proprio giornale "politico", nel senso più alto e nobile del termine.

CONTINUA <>

Dati vendemmiali, promozione ed export nella prima pagina del 12 gennaio 1929. Giornale di ieri con temi ancora oggi di forte attualità



Tratto dal volume "Si pubblica il sabato"

Le 12 mila ricorrenze della parola "vino"



di LUCIANO FERRARO Corriere della Sera

Il vino nella cronaca, nella politica e nell'economia; ma anche come protagonista della cultura, dei costumi sociali, delle feste e del folklore di tanti territori italiani; e, ancora, il vino alle corti dei Re e dei capi di Stato, al centro delle diplomazie internazionali o, molto più prosaicamente, nelle leggi che ne regolano la produzione e il commercio internazionale. Di tutto questo parlano le oltre 12 mila ricorrenze della parola "vino" che troviamo negli archivi storici del Corriere della Sera dal 1° dicembre 1928 al 31 dicembre del 1938. Una miniera inesauribile di citazioni che aprono un mondo dimenticato, affascinante, raccontato con un linguaggio oggi desueto, a volte crudo, ma di forte carica immaginifica.

Pagine dove troviamo grandi firme come Paolo Monelli o Alfredo Panzini, ma anche sconosciuti e - rimasti anonimi - giornalisti ai quali non sfugge la particolarità di un mondo, raccolto attorno ad un prodotto, dove storia, culture, personaggi e cronache si fondono in articoli mai banali, che vanno però letti con attenzione e prospettiva storica. Questo "scritto" di passato che il Corriere della Sera ci ha messo a disposizione lo illustreremo con diverse citazioni e "ritagli" nella sezione di queste pagine dove raccontiamo la storia d'Italia nello svolgersi dei vari decenni. La selezione di articoli sul vino - e attorno al vino - che vi proponeremo non è evidentemente esaustiva, né vuole pretendersi rappresentativa. Semmai, questo sì, suggestiva, perché attraverso la suggestione che traspare da queste pagine ingiallite, speriamo di sollecitarvi quella indispensabile curiosità - unica vera guida e sprone di ogni conoscenza - a scoprire, o riscoprire, la nostra storia.

ZONIN 1821

IL CORRIERE VINICOLO 1928 · 2018

Al Corriere Vinicolo, auguri per una nuova stagione di successi



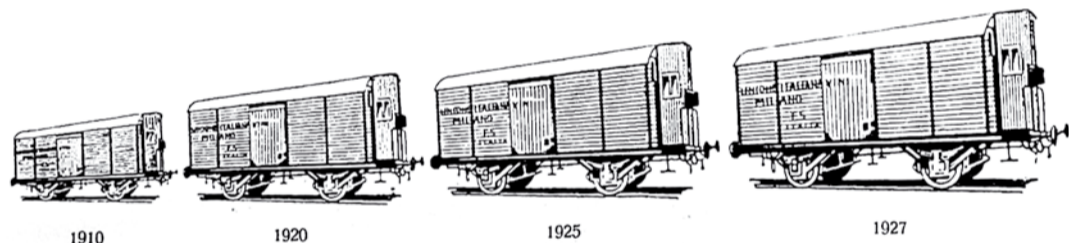
➔ SEGUE DALLA COPERTINA

1 dicembre 1928: inizia la storia ...

Il Commercio Vinicolo nacque a Milano come voce dell'Unione Italiana Vini, raccogliendo l'eredità di una serie di precedenti iniziative editoriali



Da sinistra, in senso orario, il Salone delle contrattazioni vinarie di via Silvio Pellico; Arturo Marescalchi (1869-1955), fondatore e primo direttore del Corriere Vinicolo; un carro vinario recante le insegne di UIV



L'aumento proporzionale dei Serbatoi iscritti a nome della Unione Italiana Vini nel Parco Ferrovie Stato



IL CORRIERE VINICOLO
1928 · 2018

90 anni di storia
al servizio
del vino italiano

Auguri!

da

CAVIT
TRENTO

Come leggiamo nei testi introduttivi del volume "Si pubblica il sabato, 90 anni di storia del Corriere Vinicolo", Il Commercio Vinicolo sarà fin da subito luogo e veicolo di scambio e di confronto della comunità che vive e si ritrova attorno al vino, in un dialogo capace di uscire fuori dai confini del mondo degli operatori per abbracciare il mercato, i consumatori e, in più in genere, tutta la società". Un giornale che, come scritto in quello stesso editoriale di Marescalchi, si prefigge di essere

"...sereno, obiettivo, veramente vissuto: (in grado) di registrare passo passo il cammino dell'organizzazione ...; di illuminare i lettori sulle novità tecniche e sull'andamento dei mercati; di eccitare una sempre migliore retta disciplina nel commercio vinicolo all'interno e all'estero; di elevare la dignità della classe e porla sempre più e sempre meglio al servizio della più nobile delle cause: la grandezza crescente e sicura del Paese".

Parole di straordinaria modernità che sentiamo ancora oggi come nostre e che cerchiamo di reinterpretare ogni settimana nella composizione del giornale.

Il Commercio Vinicolo nacque dunque a Milano come voce dell'Unione Italiana Vini, raccogliendo l'eredità di una serie di precedenti iniziative editoriali più piccole - bollettini informativi, giornali, riviste - che per oltre 25 anni avevano raccontato le attività della Unione lombarda fra i Negozianti di vini, primo nucleo fondatore dell'associazione tra operatori del settore vitivinicolo in Italia che mosse i suoi primi passi a Milano (in via San Giuseppe 4, oggi via Giuseppe Verdi) nel 1895, divenendo poi - come vedremo più nel dettaglio nelle pagine che seguono - Unione Italiana fra Negozianti di Vini nel 1905, e infine, Unione Italiana Vini nel marzo del 1919.

I carri serbatoio e la Borsa del vino

Nei primi decenni di attività del sodalizio sono tante le iniziative che l'Unione mette in campo. Molte di queste proseguiranno senza interruzioni fino ai nostri giorni, altre tro-

veranno negli anni successivi una loro naturale conclusione.

Tra queste ultime, nel primo capitolo del libro, ne segnaliamo due che hanno avuto un ruolo di straordinaria importanza non solo nella vita associativa ma nella costruzione complessiva dell'immagine del mercato moderno del vino italiano: i carri vinari e la Borsa del vino.

Fin dai primi anni della sua attività, l'Unione si adoperò per garantire ai soci un efficace servizio di trasporto del vino che dalle campagne doveva arrivare a Milano e sulle grandi piazze del mercato vinicolo, sia italiane che estere. Il servizio di carri serbatoio fu attivato in seno all'Unione Lombarda nel 1900 con la costituzione della Società Servizio Serbatoi, che continuò incessante il lavoro di immatricolazione, gestione, manutenzione e assistenza dei carri per conto dei soci presso le Ferrovie fino alla fine degli anni 60, quando ormai la logistica dei trasporti aveva reso obsoleta un'attività che ha svolto un ruolo decisivo nella crescita e sviluppo commerciale del vino italiano.

Nella stessa direzione si svolgerà l'altra grande iniziativa promossa dall'Unione Italiana

Vini nel 1927: la nascita della Borsa del vino, prima esperienza mondiale di questo tipo, realizzata all'interno della Casa del Vino di via Silvio Pellico 7. Luogo di contrattazione a termine dei vini, vi affluivano nei giorni di mercato commercianti, commissionari e mediatori provenienti da tutta Italia. La Borsa del vino consolidò il ruolo di Milano quale centro nazionale delle contrattazioni vinicole. Un'esperienza di grande importanza - raccontata anch'essa nel libro dei 90 anni - che, in seguito, sarà assunta dal Sistema Camerale all'interno della più ampia organizzazione di borse merci agricole.

A livello storico più generale, infine, questo decennio vedrà il consolidamento del regime fascista, i cui riflessi si sentiranno anche sulle pagine del nostro giornale, come del resto su tutta la stampa italiana di quegli anni. Un'influenza politica (il giornale nasce anche come organo della Federazione Nazionale Fascista del Commercio Enologico) che però non inciderà sulla linea del giornale, né sui contenuti tecnici che ne favoriranno la graduale affermazione nel settore.

Dalle pagine del libro “Si pubblica il sabato. 90 anni di storia del Corriere Vinicolo”

Nasce a Milano una “Unione” per il vino

Nel 1895 i commercianti di vino di Milano decisero di riunirsi in associazione, formando l'Unione lombarda fra i Negozianti di vini, un'organizzazione che in 123 anni si è trasformata diverse volte nella forma e negli statuti, fino a diventare quella che oggi conosciamo come Unione Italiana Vini.

Nei comuni “chiusi”, come lo era Milano alla fine dell'Ottocento, le merci in ingresso in città erano soggette al pagamento del dazio di consumo, un'imposta indiretta che veniva riscossa nei caselli daziari, siti in corrispondenza delle porte della città. In particolare a Milano, fino al 1898, esisteva una sorta di dualismo daziario: all'interno della vecchia cerchia muraria era in vigore il “dazio murato”, mentre all'esterno di questa un più lieve “dazio forense”. Una situazione che oltretutto permetteva ai commercianti di elaborare strategie di mercato diverse, a seconda che si volesse vendere un bene all'interno o all'esterno della cerchia muraria.

Quando nel dicembre del 1895 in Comune venne presentato un progetto di radicale riforma tributaria che prevedeva tra l'altro l'allargamento della cinta daziaria delle mura alla zona suburbana degli ex Corpi Santi, la città fu teatro di proteste.

Scopo della riforma doveva essere quello di incrementare le entrate così da risanare le finanze locali e far fronte a necessarie opere di risanamento edilizio e viario.

Il vino, come altri generi di prima necessità, era soggetto al pagamento dei dazi, che quindi pesavano indirettamente sul prezzo; qualunque riforma che incidesse sulla sua tassazione era quindi di forte d'interesse per chi operava nel settore, come produttore o come commerciante.

L'abolizione del dazio al consumo sul vino, certamente auspicata dai commercianti e per la quale l'Unione lavorerà per molti anni a venire, avrebbe inoltre contribuito efficacemente a contenere il fenomeno delle frodi. Alla luce di questi fatti, il 2 dicembre del 1895, i commercianti di vino milanesi si incontrarono e decisero di nominare una commissione che riferisse sulle agitazioni in città, e che si adoperasse per la costituzione di un'associazione tra commercianti. Così avvenne il successivo 20 dicembre 1895 quando, durante un'assemblea tenutasi presso il Circolo interessi commerciali, in via San Raffaele 5, venne approvato il primo statuto dell'Unione lombarda fra i Negozianti di vini nel quale si legge anche che l'Associazione: ha per scopo:

a) Di difendere gli interessi del Commercio Vinicolo in generale



b) Di tutelare gli interessi degli Associati di fronte alle Società

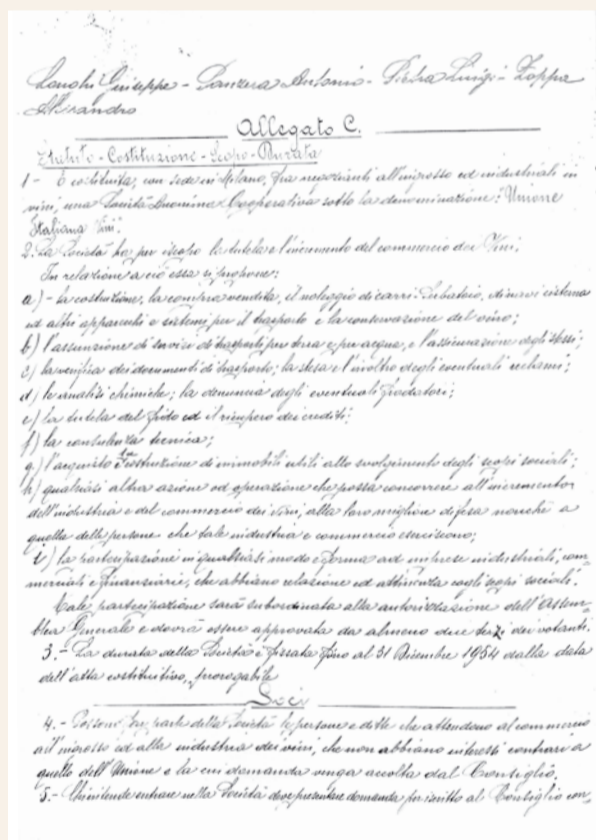
c) Di raccogliere informazioni commerciali e tecniche sull'andamento della produzione e del commercio dei Vini tanto in Italia che all'estero, e sulle tariffe doganali che gravano i Vini Italiani nei diversi Stati Esteri.

La notizia della costituzione del gruppo milanese fu subito riportata dal Giornale Vinicolo Italiano di Casale Monferrato con queste fauste parole

“A Milano, con quella solerzia e con quello spirito pratico che distingue l'industre città, si è formata una Unione lombarda fra i negozianti di vini collo scopo i difendere gli interessi del commercio vinicolo, sia di fronte al fisco, che alle amministrazioni ferroviarie, agli uffici municipali di igiene, alle società di navigazione. Auguri alla nobile iniziativa!”

Alla prima costituzione aderirono ben sessantadue commercianti milanesi e altri otto provenienti da altre province lombarde. L'Assemblea costitutiva si svolse nei giorni 29 gennaio e 1° febbraio 1896. Il primo Consiglio direttivo dell'Unione era formato da: Carlo Consonni della Ditta Consonni e Perelli (Presidente); Giacinto Moizo, della Ditta Fratelli Moizo (vice Presidente); Emilio Dondena della Ditta Fratelli Dondena fu P. (Cassiere); Cav. e Prof. Pini Ranieri (Segretario) e di Consiglieri: Carlo Belloni della Ditta Gaetano Belloni e Fratelli; Francesco Crosti della Ditta Crosti e Borsa; Michele Curci; Antonio Nobili della Fratelli Nobili; Giuseppe Prina; Michele Riccardi della Ditta A. Dacomo e Riccardi; Carlo Strazza della Ditta Luigi Strazza di Monza.

La denominazione Unione Lombarda fra negozianti di Vino fu successivamente modificata in Unione Italiana fra negozianti di Vini con l'approvazione di un nuovo statuto 7 febbraio 1905, e ancora nel 1919 in Unione Italiana Vini per effetto di un'ulteriore modifica statutaria voluta dall'Assemblea straordinaria del 29 marzo 1919.



Riproduzione dell'Allegato C al verbale dell'Assemblea Generale Ordinaria e Straordinaria dei Soci, Unione Italiana fra i Negozianti in Vino, Milano 29 marzo 1919



I DIRETTORI DE “IL COMMERCIO VINICOLO”

Arturo Marescalchi - dal 1928 al 1933
Giuseppe Cavazzana - dal 1933 al 1934
Giovanni Vanni - dal 1934 al 1936
Giovanni Vanni - Giuseppe Valentino
dal 1936 al 1939

I PRESIDENTI DELL'UNIONE ITALIANA VINI

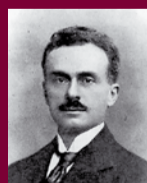
Dal 1896 al 1938 sono 6 i presidenti
che vengono eletti alla guida dell'associazione



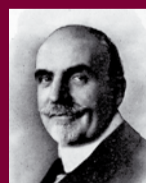
Carlo
Consonni
1896 - 1907



Francesco
Folonari
1907 - 1918



Augusto
Da Rios
1918 - 1922
1924 - 1927



Emilio
Dondena
1922 - 1924



Ernesto
Panza
1927 - 1931



Luigi
Folonari
1931 - 1938

Vinicola Decordi

Vini dal 1921

LA STORIA DI UNA FAMIGLIA



QUIRICO DECORDI I

La Vinicola Decordi nasce nel **1921** da un'osteria familiare, dove si servivano cibi e vini della tradizione della Bassa Padana cremonese.

In quei tempi la zona era a vocazione viticola, e nella sede storica Quirico Decordi senior vinificava qualche botte di vino rosso tipico, tra cui Fortana, Ancellotta, Lambrusco, ideali compagni della gastronomia locale, che venivano serviti con grande successo.

Questo successo spinge i Decordi a interessarsi sempre più al vino, così, oltre all'attività di miscita per gli avventori, si incomincia ad avviare una piccola produzione artigianale, sia vinificando le uve della zona, sia vendendo vini sfusi e imbottigliati.

Risale al **1937** la registrazione della Vinicola Decordi alla camera di commercio di Cremona. Nel **1950** viene costruito il primo importante insediamento produttivo con oltre 3'000'000 di litri di capacità venduti principalmente in damigiane e bottiglioni.

L'attività si ingrandisce, e ben presto dal commercio intercomunale si passa alla vendita nelle province limitrofe, sia lombarde sia emiliane. Nel 1964 "La Vinicola Decordi" incrementa il proprio insediamento produttivo e si dota di uno dei primi impianti automatici di imbottigliamento esistenti.



PREMIO ASSEGNATO DAL GIORNALE "LA PROVINCIA DI CREMONA" AL "GRAN PREMIO DECORDI" IL 6-9-1960

Nel **1973** entra in azienda Quirico Decordi, il quale animato da passione enologica realizza una nuova gamma di vini pregiati per la ristorazione più qualificata. Per rispondere alle crescenti richieste, investe in tecnologie e nel **1978** si dota di un nuovo impianto automatico d'imbottigliamento sterile, considerato tuttora il miglior sistema di riempimento. Sono anni in cui si va diffondendo una nuova cultura, a fianco alle classiche trattorie incominciano a sorgere nuovi locali, con diverse offerte gastronomiche e la ricerca di vini adeguati. Negli anni ottanta iniziano le prime esportazioni in Europa e America che negli anni novanta si estendono al Giappone.

Nel **2005** la quarta generazione entra in azienda con l'arrivo di Alessandro Decordi figlio di Quirico. L'azienda è quindi pronta a nuove sfide e oltre che a crescere nella struttura produttiva con l'apertura della nuova sede si apre a tutti i nuovi mercati dei paesi emergenti.



OSTERIA DECORDI



CASA E VINICOLA DECORDI

COMUNICARE L'UNIONE

Dal Bollettino ufficiale alla nascita del Corriere Vinicolo

di FRANCESCO E. BENATTI



Milano, 15 gennaio 1900.

Lo sviluppo che la nostra Associazione ha raggiunto, e le molteplici incombenze del Consiglio d'Amministrazione, e le nuove Società che da essa emanarono hanno reso necessario un mezzo rapido ed esteso di comunicazione coi soci, per lo scambio reciproco delle idee e dei consigli, nel comune interesse e per bene del nostro paese.

Organo della nostra Associazione fu fino ad ieri il reputatissimo Giornale Vinicolo dell'On. Ottavi, ma la nostra Unione non poteva abusare di esso, con troppo frequenti pubblicazioni di indole affatto speciale per i nostri soci, per quanto il suo direttore sia sempre stato con noi largo di gestione d'ogni specie, generoso di consigli e di prestazioni.

Le questioni che ogni giorno si agitano sul campo della produzione, che del commercio vinicolo dal lato tecnico e legislativo, le disposizioni sempre nuove e sempre difformi...

vamente a quello che saranno di pratica ed immediata utilità. Con questo Bollettino la Società nostra elimina tutte le forti spese di stampati e di spedizioni, fin qui con grave sacrificio nazionale, e d'ora innanzi unicamente col suo mezzo fornisce ai soci le notizie tutte che riguardano la nostra Unione, la Società Enotartica e la istituita Società per serbatoi. Da questo Bollettino quindi, che venne appunto detto Ufficiale, i soci dovranno desumere tutti i fatti e le disposizioni sociali, prenderne nota e regola per il miglior loro interesse.

Inquantochè mentre il Bollettino stesso sosterrà ogni buon diritto dei soci, sarà loro norma e guida in ogni contingenza del loro commercio, i soci stessi contribuiranno al suo andamento col concorso dell'opera loro, quanto è di loro interesse, con un contributo di lire 100,00 annue, in contante, prima da metà del 1900, e poi in rate mensili, tanto economico

L'Unione Lombarda fra i Negozianti di vini affidò in un primo momento il compito di pubblicare i suoi atti ufficiali e di riferire circa le sue attività al Giornale Vinicolo Italiano di Casale Monferrato diretto dall'onorevole Edoardo Ottavi. Era questa la stessa testata che nel dicembre del 1885 aveva dato notizia della nascita dell'Unione, augurandole prosperità.

L'associazione crebbe velocemente, così che le molteplici incombenze del suo Consiglio d'Amministrazione e le nuove società che dai soci dall'Unione stessa erano state costituite, resero necessaria la creazione di un mezzo rapido e più esteso di comunicazione con i soci. Si ritenne inoltre inopportuno continuare ad abusare della disponibilità del direttore Ottavi per troppo frequenti pubblicazioni di interesse strettamente associativo.

A partire dal 15 gennaio del 1900 si cominciò quindi a stampare il Bollettino Ufficiale dell'Unione Lombarda fra i Negozianti di Vini e della Società Enotartica. Da questo Bollettino i soci avrebbero potuto desumere tutti i fatti e le disposizioni sociali, e - per il loro stesso interesse - prenderne nota e regola.

Come espresso in testata, il Bollettino trasmetteva anche gli atti della Società Enotartica per la lavorazione delle fecchie di vino. Fu questo un significativo esperimento di riutilizzo e valorizzazione dei sottoprodotti enologici. Costituitasi in seno all'Unione Lombarda tra il 1899 e il 1900, questa impresa che con terminologia moderna si definirebbe "sostenibile", precede di quasi trent'anni altre simili iniziative promosse in Italia sul finire degli anni Venti, come ad esempio la Società Cooperativa per la completa riutilizzazione delle vinacce di Modena. Nel dicembre del 1902, la Società Enotartica venne ceduta dall'Unione ad alcuni soci, insieme allo stabilimento di lavorazione. Il Bollettino fu naturalmente da subito anche veicolo di informazione degli atti della società per la gestione dei carri vinari, allora in via di costituzione.

La pubblicazione del Bollettino Ufficiale proseguirà per oltre un decennio; verrà poi sospesa nel 1911 - momento nel quale per qualche tempo la comunicazione degli atti ufficiali dell'Unione sarà affidata al giornale economico milanese "Il Sole" - e poi di nuovo nel 1913, per poi essere ripresa a tra il giugno del 1918 e il 31 dicembre del 1920.

Dal Bollettino ad Enotria

A partire dal gennaio dell'anno successivo, infatti, il Bollettino si trasformerà radicalmente nel formato e nel contenuto, negli scopi e nelle finalità diventando Enotria, Rivista dell'Industria e del Commercio del Vino.

La direzione della nuova testata mensile venne affidata ad Arturo Marescalchi - già redattore capo del sopracitato Giornale Vinicolo di Casale Monferrato - il cui programma sarà quello di mostrare ai lettori il valore della coltivazione della vite, dell'industria e del commercio del vino in Italia. Sulle pagine di quello che si può ben definire, senza timor d'errore, il più bel mensile illustrato che il vino italiano abbia mai avuto, accanto alle comunicazioni di carattere strettamente associativo, vi fu spazio per articoli e approfondimenti di carattere letterario, storico, artistico, scientifico, economico e socioeconomico.

Un'impresa editoriale davvero senza pari, la cui pubblicazione continuò fino al marzo del 1942, quando venne sospesa a causa delle disposizioni sulla stampa dettate dallo stato di guerra, per poi riprendere dopo quattordici anni nel febbraio del 1956.

Nel mese di gennaio del 1928 alla pubblicazione del mensile Enotria, si affiancò un nuovo e pressoché omonimo settimanale: Enotria, Bollettino dell'Industria e del Commercio del vino in Italia, Organo Ufficiale dell'Unione Italiana Vini.

Come scrisse nel primo editoriale l'allora presidente dell'Unione Italiana Vini, Ernesto Panza, la nuova testata nacque dall'esigenza della classe commerciale enologica di essere "più frequentemente informata delle notizie che la interessano". Si scelse così la periodicità settimanale e di trattare e approfondire le tematiche del campo vinicolo "in fatti

di disposizioni legislative e fiscali, di opere organizzative, di dogane e tariffe doganali, di accordi commerciali, di possibilità di espansione, di note tecniche e chimiche sul vino, sui trasporti ferroviari e marittimi, sulla giurisprudenza relativa al commercio vinicolo". A ciò si sarebbero aggiunte notizie, inviate dai soci dell'Unione e dai diversi corrispondenti, circa le condizioni vinicole delle regioni italiane, sull'andamento dei mercati del vino nazionale ed estero, oltre agli atti ufficiali dell'Unione Italiana Vini e ai comunicati dell'Associazione Nazionale Fascista del commercio Enologico. Un taglio dunque più tecnico ed economico rispetto a quello del precedente mensile Enotria, che con testi e illustrazioni, fino ad allora e per molti anni a venire, era stato soprattutto capace di esaltare "con la forza spirituale delle lettere, della storia, delle arti, la bellezza e la dignità della vite e del vino". Un "figliolo più modesto", dunque, il nuovo foglio Enotria, che calcolò nella forma e nei contenuti la precedente esperienza del Bollettino Ufficiale dell'Unione Italiana vini.

1928: nasce il Commercio Vinicolo

Trascorso un solo anno, e stampati 54 numeri, la pubblicazione di Enotria settimanale venne sostituita da Il Commercio Vinicolo, Organo della Federazione Nazionale Fascista del Commercio Enologico (Roma) e dell'Unione Italiana Vini (Milano). Nacque così la testata che poi, nell'aprile del 1950, cambierà il suo nome nell'attuale Il Corriere Vinicolo.

Il primo numero de Il Commercio Vinicolo andò in stampa presso la tipografia Enrico Galdoni di Milano alla fine di novembre del 1928, per essere pronto sabato primo dicembre. La direzione della rivista, come già era stato per Enotria mensile dal 1921 e per Enotria settimanale nell'anno appena trascorso, venne nuovamente affidata ad Arturo Marescalchi, che la guiderà fino al 1933, rimanendone poi firma illustre per altri ventidue anni, fino alla morte, avvenuta a Gardone Riviera il 7 novembre del 1955.

Il programma editoriale del nuovo organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini è ben illustrato dallo stesso Marescalchi nel primo editoriale del giornale, intitolato La voce della Classe. Precipuo intento quello di essere organo particolare del commercio vinicolo in Italia, una voce capace di armonizzare gli interessi dei commercianti in vino nel grande quadro della vita economica della nazione.

Una linea giornalistica che porterà da subito il settimanale fuori dal ristretto perimetro del bollettino sindacale per farne un vero e proprio giornale del vino italiano secondo una formula che, ancora oggi, testimonia una straordinaria attualità.



LA VOCE DELLA CLASSE

Il commercio del vino in Italia non aveva ancora un suo organo particolare, tutto suo, dedicato non soltanto agli interessi della classe, ma ad armonizzare questi interessi nel grande quadro della vita economica della nazione. V'erano e vivono giornali vinicoli, egregi, ma essi trattano anche questioni diverse da quelle del commercio vinicolo, e non possono dirsi veri organi di classe. Poiché l'ordinamento corporativo, generalmente ideato e attuato dal Governo nazionale, ha creato una ben definita organizzazione dei commercianti in grosso del vino, era giusto che questa avesse il suo organo, facesse sentire la sua voce nel grande coro degli interessi economici, contribuendo ad armonizzarli con quelli dell'intera nazione e per la maggior fortuna del Paese.

Un esempio lodevolissimo e degno ci era stato dato dalla antica e benemerita Unione Italiana Vini che da oltre trent'anni liberamente raccoglie appunto commercianti in grosso di vini. Questa egregia Associazione aveva iniziato la pubblicazione di un suo settimanale Enotria, molto apprezzato, redatto con amorosa e intelligente cura del proprio Direttore, avv. rag. comm. Giuseppe Cavazzana. Ma l'Unione, pronta sempre a lasciare il passo alle organizzazioni

che hanno oggi per legge il compito sindacale a tutela della classe, ha cessato spontaneamente le pubblicazioni non appena seppe che la Federazione nazionale fascista del commercio enologico avrebbe provveduto a questo compito. E' un tratto di cortese significativa collaborazione che va messo in rilievo a merito degli egregi dirigenti dell'Unione Italiana Vini di Milano.

Così dunque oggi, in pubblicazione di questo settimanale, rendiamo omaggio il saluto più deficiente Enotria del passato e nostra viva speranza un giornale sereno, onestamente vissuto; di regno e di cammino di grande posta nel quale grandi Confederazioni di commercianti cui presiede la Federazione Nazionale Fascista del Commercio Enologico e l'On. Panza Lanfani; di illustri e nobili tecnici; di illuminati e saggi economisti; di sempre migliore e più onesti e nobili commercianti nel commercio vinicolo e con l'estero; di dignità della classe e di sempre maggiore e più nobile e grande, crescente e sicura del nostro paese.

ARTURO MARESCALCHI



le tematiche del campo vinicolo "in fatti

IL CORRIERE VINICOLO 1928 · 2018

Tanti auguri da





ANTOLOGIA

Dalle pagine di "Si pubblica il sabato"



Degustatori

A Bordeaux, in Borgogna, nella Champagne, a Parigi esistono veri degustatori di vino, professionisti stimati e molto utili.

Utili non solo per l'apprezzamento talora definitivo in controversie di natura commerciale e anche in questioni giudiziarie, ma anche per il consiglio prezioso che danno alle case vinicole per guidarle nelle proporzioni dei tagli diretti a formare determinati tipi di vino.

In Italia questa classe di professionisti non esiste.

Vi sono degli eccellenti assaggiatori di vino, conoscitori profondi specialmente dei vini più correnti del grande traffico vinicolo nazionale; assai meno dei vini fini tipici del nostro paese.

Eppure il formare una classe di provetti degustatori che oltre al saper riconoscere difetti anche riposti del vino, ne sappiano apprezzare le più intime qualità intrinseche, è cosa della massima importanza.

Se nella riforma della legge sulle frodi si introdurrà, come è augurabile, anche l'elemento « degustazione », fra quelli che servono al giudizio, la cosa acquisterà sempre maggiore importanza.

Ora, le scuole enologiche fanno lodevolmente lezioni sull'arte di assaggiare i vini (e a Conegliano vi è una classica esemplare sala di degustazione degna di massimo elogio). Ma è necessario estendere la conoscenza di questa arte.

E ci sembra che una iniziativa presa anni sono dalla benemerita Unione Italiana Vini di Milano, ripetuta poco dopo dalla Federazione enologica a Roma, debba essere ripresa. Si devono fare dei brevi corsi di lezioni pratiche con numerosissimi saggi di degustazione e di composizione di tagli, corsi ai quali partecipino anche i direttori di alberghi e ristoranti, e al termine dei quali si rilasci un attestato sulla abilità conseguita in questa non facile e tanto utile arte.

Auguriamoci di essere ascoltati.

1932

Il Commercio Vinicolo n.13

L'Unione Italiana Vini la sua consistenza e i suoi programmi.

E' cosa profittevole e buona ricordare ciò che ha compiuto negli ultimi due anni di lavoro attivo e disinteressato il Consiglio dell'Unione Italiana Vini.

Fra le righe dell'arida elencazione bisogna intravedere lo sforzo continuo e generoso perché il programma avesse un efficace coronamento.

— Trasformazione dell'Unione Italiana Vini da Società Anonima Cooperativa in Società Anonima, nell'aprile 1927.

— Aumento del valore nominale delle azioni sociali da L. 10 a L. 25 passando a valore capitale parte delle riserve, senza corrispondente versamento da parte dei soci. (Un maggiore aumento del valore nominale delle azioni non si rese prima possibile per impedimenti di carattere fiscale).

— Assesamento, riordinamento ed adeguata attrezzatura del parco di Foggia.

— Trattative per il rilievo e la costruzione di un'officina di riparazione e parco serbatoi in Alta Italia, proficuamente avviate.

— Creazione del giornale di classe in unione alla Federazione Nazionale Fascista del Commercio Enologico.

— Esperimento definitivo del nuovo tipo di serbatoio in cemento, e nuovi esperimenti progettati di serbatoi con recipienti metallici, tutto in previsione della nuova costruzione di carri serbatoio del tipo più sicuro, pratico ed economico.

— Studio per la istituzione della Borsa del Vino, per incarico del Consiglio Provinciale dell'Economia di Milano.

— Funzionamento ed ordinamento del Salone per le contrattazioni vinicole.

— Noleggio dei serbatoi sociali a contratti preferibilmente annui.

— Pareggio del debito contratto per il riatto dell'immobile e della sede sociale in parte eseguito con utili dei passati esercizi, e per il rimanente con mutuo acceso presso la Cassa di Risparmio delle Provincie Lombarde.

— Regularizzazione della cauzione di legge da prestarsi dai Consiglieri d'Amministrazione della Società.

— Propaganda per una più sana e più perfetta produzione del vino.

— Graduale aumento del dividendo delle azioni negli ultimi bilanci sociali, da svilupparsi in avvenire, sempre utilizzando la parte di utili netti, contemplata dallo statuto, per beneficenza e per la difesa del vino.

— Avviamento all'unione degli spiriti e ad una azione concordata fra produzione, industria e commercio del vino.

Altrettanto profittevole e buona cosa è il richiamare le risultanze di bilancio di questi ultimi tre anni perché da esse appare chiara la consistenza della Società, l'entità delle economie fatte ed il vantaggio reale procurato agli associati.

L'esercizio sociale 1926, con un capitale di lire 176.950 ha dato ai soci possessori di azioni un dividendo del 7%; l'esercizio 1927, dopo l'aumento di capitale a lire 435.100, operato passando a capitale parte delle riserve, ha dato un dividendo del 15% sul capitale effettivamente impiegato; e l'esercizio 1928 ha permesso la distribuzione agli azionisti di un dividendo del 27,50%.

Il sodalizio fiorisce ed è destinato ad una vita sempre più rigogliosa.

Il programma d'immediato realizzo, da parte del Consiglio d'Amministrazione, è quello di elevare il valore delle azioni, aumentando ancora e adeguatamente il capitale, in maniera da riserbare agli azionisti un dividendo corrispondente al valore reale delle azioni possedute; ed inoltre di curare, nel servizio di noleggio e manutenzione serbatoi e con un parco officina attrezzato e condotto con criteri di sapiente economia nelle adiacenze di Milano, gli interessi e i desideri dei proprietari di carri i quali, da più di dieci anni, attendono il concretarsi di così sentito bisogno e di tanta antica promessa.

1929

Il Commercio Vinicolo n.23

La produzione mondiale di vino e il rendimento per ettaro

Nel febbraio scorso la valutazione della produzione vinicola dell'emisfero settentrionale nella campagna 1935-36 ha subito nuove modificazioni.

Informa il Bollettino mensile di statistica agricola e commerciale dell'Istituto Internazionale di Agricoltura che la Romania, ad esempio, ha sensibilmente aumentata la propria valutazione, mentre Ungheria e Cecoslovacchia hanno finalmente fatto conoscere le proprie stime ufficiali e la Germania ha leggermente modificata la sua.

Bisogna anche considerare che alcune modificazioni di carattere generale hanno dovuto essere apportate nel calcolo delle quantità di vino prodotte in molti paesi, avendo uno studio recente dimostrato come la percentuale del 90 %, sinora adottata per valutare la trasformazione del mosto in vino, non sia esatta che per l'Ungheria e la Bulgaria. Per la Germania il Ministero di Agricoltura del Reich ha indicato tale percentuale sul 92-94 %, per la Spagna il 97-97,5 %, ed un'analoga modificazione dovrà pure essere fatta per la stima della produzione greca.

La stima della produzione vinicola totale dell'emisfero settentrionale è quindi aumentata di 2,5 milioni di ettolitri nei confronti di quella fatta nello scorso gennaio. I dati particolari per ogni paese o gruppo di paesi sarebbero i seguenti:

Francia hl. 76.000.000 contro 78 milioni 844.000 nel 1934 (media 1929-1933 hl. 54.314.000); Italia hl. 44 milioni contro 30.549.000 nel 1934 (media 1929-33 hl. 38.432.000); Spagna, Grecia e Portogallo hl. 28.000.000 contro hl. 35.200.000 nel 1934 (me-

dia 1929-33 hl. 29.800.000); Africa del Nord (Algeria, Tunisia e Marocco) hl. 21.000.000 contro hl. 24.323.000 nel 1934 (media 1929-33 hl. 16 milioni 960.000); Paesi danubiani (Romania, Jugoslavia, Ungheria, Bulgaria) hl. 19.000.000 contro hl. 17 milioni 908.000 nel 1934 (media 1929-1933 hl. 16.865.000); Europa centrale (Germania, Austria, Svizzera, Cecoslovacchia, Lussemburgo) hl. 6 milioni 600.000 contro hl. 6.400.000 nel 1934 (media 1929-33 hl. 4.000.000); Stati Uniti hl. 4.500.000 contro hl. 4 milioni 100.000 nel 1934 (media 1929-1933 hl. 3.300.000). Produzione totale dell'Emisfero settentrionale, esclusa la Russia che da anni non pubblica statistiche, hl. 200.000.000, contro ettolitri 197.300.000 nel 1934 (media 1929-33 hl. 164.200.000).

Per l'Emisfero meridionale non si hanno che previsioni, non essendo ancora cominciata in alcuno di quei paesi la vendemmia. Si ha motivo di credere, dato che le condizioni del tempo si sono fino ad oggi mantenute favorevoli, che la produzione dell'emisfero meridionale non sia quest'anno molto variata nei confronti di quella della campagna precedente, aggirandosi sui 13 milioni di ettolitri circa.

Questo rapido esame permette di pensare che la produzione mondiale di vino nella campagna in corso sia sensibilmente uguale a quella del 1934-35, aggirandosi sui 215.000.000 di ettolitri. Bisogna però considerare che una buona parte di questi non saranno veramente destinati al consumo, ma verranno assorbiti dalle distillerie, in forza dei provvedimenti adottati in molti paesi per proteggere il mercato vinicolo dai dannosi ef-

fetti della sovrapproduzione. Soltanto Francia ed Italia, infatti, si calcola che destinino alla fabbricazione dell'alcool circa 20 milioni di ettolitri. Ciò nonostante si prevede che le disponibilità effettive totali di vino supereranno di circa 20 milioni di ettolitri il reale fabbisogno del consumo.

Fin qui l'Ufficio Internazionale di Agricoltura. L'Ufficio Internazionale del Vino, poi, comunica che, in base alle informazioni pervenutegli, il raccolto vinicolo mondiale del 1935 si può approssimativamente valutare in 210.300.000 ettolitri. A tale raccolto hanno particolarmente contribuito la Francia con 73 milioni di ettolitri, l'Italia con 44, la Spagna con 14,6, l'Algeria con 18,9, la Romania con 8,1, il Portogallo con 8, l'Argentina con 7 milioni di ettolitri. Vengono quindi l'U.R.S.S. con 5 milioni, la Germania con 4,1, la Grecia con 3,7, la Jugoslavia con 3,2, il Chili con 3,2, l'Ungheria con 2,8 ed altri Paesi.

Il numero degli ettari vitati, nel mondo, è stato nel 1935 superiore a quello del 1934, stabilito in 6.300.000 ettari. Il rendimento per ettaro ha preso proporzioni considerevoli, ma quasi sempre a detrimento della qualità. La Germania, ad esempio, è passata da 19,2 ettolitri nel 1923 a 62 ettolitri nel 1934, anno record, ripiegando su 56,5 nel 1935; l'Austria da 11,1 ettolitri nel 1921 a 34,3 nel 1935; la Bulgaria da 13,5 nel 1921 a 20,2 nello scorso anno; la Romania da 21,7 a 31,8; la Francia da 34 hl. nel 1921 a 48 nel 1935, dopo i 51 raggiunti nel 1934, ecc. ecc.

Il rendimento per ettaro nelle diverse parti del mondo, per la campagna ultima, risulta, dalle statistiche in parola, così suddiviso: Europa hl. 27, Africa 45,8, America del Sud 46, Australia 15,5.

Come si vede non è l'Europa viticola a meglio figurare nel rendimento di questa coltura.

Birra d'uva

Il prof. Mazzei, bravissimo docente alla Scuola enologica di Conegliano, ha trovato un metodo ingegnoso e non difficile per fare col mosto d'uva della eccellente birra.

I campioni presentati ai più competenti, ed anche a dei vecchi birrai di professione, hanno sorpreso e destato ammirazione.

Possono destare anche speranze.

Il consumo della birra è molto diminuito nel nostro paese, ma rimane sempre d'importanza. Ora, se invece di impiegare, a farla, dell'orzo estero, si può egualmente bene riuscire a farla ottima impiegando come materia fermentescibile del mosto della nostra uva, è tanto di guadagnato per la nazione.

Vi sono dei puristi ad oltranza che si avviliscono pensando che colle nostre uve si possa fare birra. Perché?

Ciò che interessa alla nazione è che il prodotto delle vigne abbia la sua degna valorizzazione per compensare i milioni di lavoratori che vi si affannano attorno. Che poi una parte — sarà sempre una minima parte, si è no, un ventesimo al massimo — di questo prodotto si venda biondo e amaro e gassato come la birra, in luogo e vece di birra fatta con prodotti, molto spesso stranieri, è tanto di guadagnato perché si arriva a consumatori che non avrebbero usato vino.

Quanto al commercio vinicolo, nulla vieta, anzi tutto consiglia che esso medesimo si occupi del collocamento anche di questa nuova forma di prodotto della vite.

1933

Il Commercio Vinicolo n.26

1936

Il Commercio Vinicolo n.11

DEGLI ARTICOLI

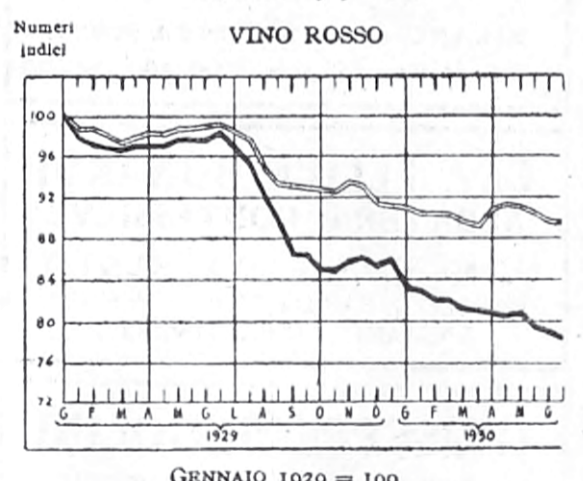
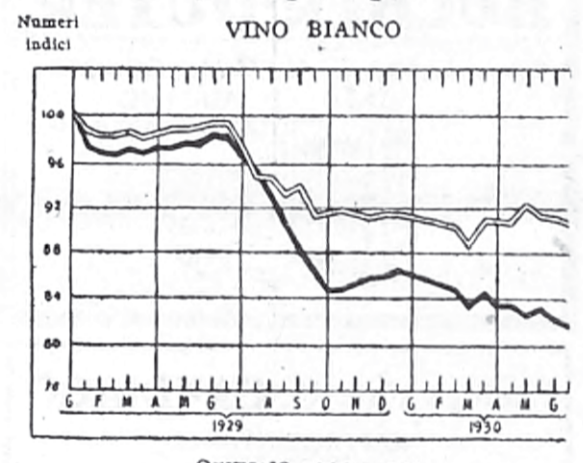
Dagli archivi del giornale

Una nuova selezione di articoli pubblicati sul *Commercio Vinicolo* tra il 1928 e il 1938



L'andamento dei prezzi del vino.

I prezzi all'ingrosso (linea nera) ed al minuto (linea bianca) del vino rosso e bianco nel 1929 e nel primo semestre 1930 sono presentati, nelle loro oscillazioni, dai seguenti grafici:



1930
Il *Commercio Vinicolo* n.43

La frode commerciale vinicola in Egitto

Da molti anni esiste in Egitto un commercio sleale a danno dei nostri vini (venne escogitato da negozianti italiani, qui residenti da molti anni e che hanno fatto con questo basso commercio fior di quattrini).

I vini greci di forte gradazione e molto coloriti vengono allungati e portati a tipi da pasto chiari, infiascati e presentati al pubblico con etichette e collarini tricolori con nomi di ditte che non esistono e non sono mai esistite, con indicazioni di provenienza della Regione toscana e con lo stemma Sabauda, per giunta!

Queste marche di vino false si contano a decine e tutti i negozi ne sono pieni, poichè gli esercenti i negozi di commestibili e le fiaschetterie, trovano in queste marche false una fonte di guadagno, che non è mai possibile poter ottenere vendendo le marche originali ed i vini genuini che vengono dall'Italia.

Si può affermare, senza tema di errare, che questi vini mistificati assorbono i tre quarti del consumo sul mercato egiziano.

Quello che succede nei vini, si verifica anche nei vermut e nel marsala.

Lo scorso mese ho presentato alla Camera di Commercio di Cairo una raccolta di etichette delle maggiori, per importanza di vendita, marche false di vini e di vermut, nella speranza che la nostra Camera di Commercio possa usare misure energiche contro i frodatari, che portano un danno enorme alla nostra esportazione in Egitto, e che sono in maggioranza italiani.

Se dall'Italia partisse una voce forte che spingesse il nostro Governo Nazionale ad occuparsi seriamente della grave questione, se le Associazioni Vinicole Italiane, le Camere di Commercio delle Regioni interessate, si unissero a tale scopo, le Autorità consolari dovrebbero applicare il Codice Penale per frode in commercio contro quei nostri connazionali che danneggiano enormemente la nostra Economia Nazionale, ed il buon nome dei vini italiani.

Ognuno può immaginare quale disgusto prova lo straniero che compera questi vini mistificati e li compera perchè confezionati in fiaschi con etichette italiane e con collarini tricolori, credendo in buona fede che tali, così cattivi, siano veramente i vini italiani: il ceto operaio, però, che è — in questo paese — il più forte consumatore, li beve, suo malgrado, per il basso prezzo al quale può comperarli.

Reputo necessario che le Camere di Commercio italiane di Cairo ed Alessandria pubblicino sui giornali locali, di tutte le lingue, una diffida contro i frodatari della buona fede del pubblico, indicando, a grossi caratteri le marche false di vini e di vermut col nome del relativo fabbricante.

Questa diffida farebbe immediatamente sparire dal mercato egiziano le marche false, perchè i negozi che le spacciano impunemente, per non discreditarci, non le comprerebbero più, ed i fabbricanti, disturbati così apertamente dalla stampa locale, penserebbero a cambiare mestiere, permettendo così di lavorare onestamente ai commercianti che importano i vini italiani.

M. MANFREDI

1931
Il *Commercio Vinicolo* n.26

Il futurismo ed i vini nazionali.

Anche il futurismo, l'aggressiva e dinamica teoria che mira al completo rinnovamento della pittura, della scultura, della musica e della letteratura, non ha trascurato di occuparsi in questi tempi dell'arte... gastronomica.

Infatti il poeta F. T. Marinetti, accademico d'Italia e fondatore del futurismo, nella grande serata di riapertura del «Pennadoca Club» di Milano, presente autorità, artisti, ecc.; in uno splendido discorso, dove ha avuto modo di sfoggiare la sua focosa ed incomparabile eloquenza, ha porto parole di elogio alla cucina futurista, esponendo però la necessità di inventare cibi più dinamizzati che diano agli italiani più agilità e simultaneità, e, mentre ha sollevato clamorose proteste per la sentita utilità di sopprimere altri cibi passatisti, come la pasta sciutta, «simbolo di pesantezza, di ponderatezza e di tronfiezza panciuta», ha trovato invece consenso unanime nell'affermare che in tutte le mense d'Italia non deve mancare «la schiuma esilarante delle grandi marche italiane, perchè l'Italia ha dalla natura tutti gli elementi più raffinati, più sapidi e più vari per una gastronomia tipicamente e inconfondibilmente sua, da contrapporre, anche nell'interesse della produzione e dell'industria nazionale, al malvezzo di chi porta anche sul desco la balorda estero-filia».

E' questo un altro saggio ammonimento a coloro che ancora si ostinano in propagande ed usi di bevande esotiche, mentre sarebbe ora di comprendere che quello che è italiano deve risorgere dalle tenebre e risplendere nella luce di questa nuova era di operosità e di vittoria.

G. DIOMEDE.

1930
Il *Commercio Vinicolo* n.48





SOC. AN.
VINI CLASSICI

MARCHESI DI BAROLO

BAROLO (PIEMONTE)



**PRODUZIONE DIRETTA
ANTICHI PODERI DEI MARCHESI DI BAROLO**

OFF. GRAF. "NECCHI" MILANO