



1948 - 1958
IL TERZO DECENNIO

Si pubblica ogni sabato

IL CORRIERE VINICOLO

DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE: MILANO - VIA SILVIO PELLICO, 7
TELEFONI N. 888.500 - 88.062 - TELEGRAMMI: VINI - MILANO
Per le inserzioni chiedere preventivi alla nostra Amministrazione in
MILANO - VIA SILVIO PELLICO N. 7

ORGANO DELLA «UNIONE ITALIANA VINI»
ASSOCIAZIONE PER LA TUTELA GENERALE E PER IL COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ DEL CICLO ECONOMICO VINICOLO

ABBONAMENTO ANNUO: LIRE 1.500; PER L'ESTERO: LIRE 3.000
UN NUMERO SEPARATO: LIRE 30 - NUMERI A 4 PAGINE: LIRE 50
PUBBLICITÀ: per mm., larghezza una colonna: L. 20 per contratti fino a
1000 mm.; L. 17 da 1000 a 2000; L. 15 oltre 2000 - C.C. POSTALE N. 3-8948

IL COMMERCIO VINICOLO

Il vino e l'Italia del boom economico: arriva Il Corriere Vinicolo



Un decennio di grande attività che si apre nell'ottobre del 1949 con i festeggiamenti dell'80° compleanno del fondatore del giornale, Arturo Marescalchi, e nel 1950 la nuova testata. Sono gli anni che vedono anche lo sviluppo e l'affermazione a livello nazionale dei laboratori eno-chimici di UIV

di GIULIO SOMMA
direttore del Corriere Vinicolo

Il decennio del cosiddetto boom economico registra una serie di cambiamenti destinati a mutare radicalmente la società italiana e il settore vitivinicolo, segnando anche alcuni avvenimenti molto importanti nella storia dell'Unione Italiana Vini e del nostro giornale

L'elezione del secondo presidente della Repubblica italiana nel 1948, il liberale Luigi Einaudi, venne salutata con entusiasmo sulle colonne de Il Commercio Vinicolo. Einaudi viene presentato come l'uomo che dovrà portare stabilità all'economia e alla politica del Paese ma è anche il "primo (presidente) vinicolo d'Italia". La sua elezione è quindi motivo d'orgoglio per il settore che non nasconde fierezza nel constatare che, a presiedere le sorti della nuova Italia, sia stato chiamato proprio un membro della grande famiglia dei viticoltori.

Da lì a qualche anno arriverà poi la tanto dibattuta, ma altrettanto attesa, riforma fondiaria disposta dal ministro dell'Agricoltura Antonio Segni. Siamo nel 1950, un anno di grande importanza simbolica per il nostro giornale. Nel numero 13 dell'8 aprile, infatti, compare per la prima volta sulla copertina dell'organo di informazione di Unione Italiana Vini, la testata "Il Corriere Vinicolo", destinata a sostituire dopo 22 anni, la storica e originaria "Il Commercio vinicolo".

C'erano voluti tre anni di confronto all'interno dell'Unione Italiana Vini per maturare la necessità del passaggio alla più moderna denominazione del settimanale associativo, in forza del fatto che quella precedente era ormai divenuta troppo restrittiva rispetto ad una base sociale del sodalizio che da tempo vedeva, accanto ai commercianti, un numero sempre maggiore di industriali, produttori di vino, rappresentanti tecnici e operatori anche di altre associazioni affiliate.

CONTINUA

Tratto dal volume "Si pubblica il sabato"

Dopoguerra: ripresa dei consumi ed export. Si parla di qualità, cultura, tipicità e promozione

di LUCIANO FERRARO
Corriere della Sera



Il mercato viticolo è in fase di ricostituzione e si riparla di esportazione. Riaprono Fiere sia in Italia che in Francia, convegni internazionali e perfino concorsi di poesia come a Treviso (agosto 1948). Accanto ai problemi economici legati soprattutto alla ripresa nel Dopoguerra, produttori e commercianti di vino si organizzano contro la pressione fiscale e chiedono al governo di cancellare l'imposta sul vino che vige a fasi alterne dal 1931 (appello sul Corriere il 23 luglio 1953).

Tra il '48 e il '54 migliorano sensibilmente le condizioni di vita degli italiani, ma cambiano anche le abitudini a tavola su cui fanno la loro comparsa le "nuove bibite" e i "cocktails" (definiti intrugli).

Così, si cerca di incentivare il consumo di vino nazionale lanciando dalle pagine del Corriere veri e propri appelli. Si organizza un referendum per capire le preferenze del consumatore ("I disertori del vino saranno richiamati al dovere") e si propone un'idea altamente innovativa: avviare una campagna pubblicitaria alla radio. Grande scandalo suscita a Milano nel 1950 l'apertura di una birreria (la birra viene definita l'anti Bacco) in via Silvio Pellico, proprio a pochi passi dalla Casa del Vino, sede dell'Unione Italiana Vini, mentre nasce e muove i suoi primi passi l'autorevole Accademia della Vite e del Vino.

Nel 1952, pur di incentivare il consumo di vino, viene proposto di creare una "bibita" a base di vino e succo di frutta. Nel 1953 durante il "Congresso della vite e del vino" si arriva a rimproverare gli italiani di non interessarsi ai problemi del vino mentre in Francia le cose vanno diversamente perché "un francese su dieci coltiva la vigna".

Nell'export si guarda soprattutto al mercato americano dove "i consumatori non sanno scegliere tra bianco e rosso e così, per non sbagliare, ordinano cocktails".

Alla fine degli anni '50 si affaccia sulle cronache dei giornali qualche caso di contraffazione. Il mondo produttivo reagisce e comincia a chiedere l'intervento pubblico perché vengano riconosciute le "zone tipiche" e i marchi di garanzia. Sempre nel 1955 l'Associazione Enotecnici Italiani per l'analisi e il controllo dei vini parla di "vino canonico": quello che viene servito sulle nostre tavole deve avere gli stessi requisiti "del vino che serve per la celebrazione della Messa". Anche se la vera "celebrazione" culturale il vino la trova nelle pagine del Corriere della Sera con le straordinarie parole di Alberto Moravia e Mario Soldati. E, forte di una ritrovata nobiltà letteraria, il vino italiano piace sempre di più: i sovrani di Danimarca di passaggio a Milano comprano fiaschi di vino toscano in un chiosco alla stazione Centrale. Nel 1958 celebra un grande successo in Svizzera la mostra di vini italiani.

La prima pagina del Corriere Vinicolo n° 14 del 1956



TRENTINO

BEVI MEZZACORONA RESPONSABILMENTE



HA IL
TRENTINO
DENTRO.



Filiera di qualità
sostenibile certificata
dalla campagna al vino.

Nel nostro Müller Thurgau ci sono
i profumi di una terra straordinaria
e l'amore per la natura più autentica.



www.mezzacorona.it



MEZZACORONA
1904



➔ SEGUE DALLA COPERTINA

Gli anni del boom economico

Illuminanti, ancora una volta, le parole di Arturo Marescalchi, che de Il Commercio Vinicolo era stato fondatore, dove si palesa ai lettori il motivo e gli scopi di questa scelta. Nell'editoriale del primo numero rinnovato scrive: "il cambio di nome di questo ormai annoso e battagliero giornale non significa cambiamento di idee, ma allargamento della sfera delle sue funzioni e di espansione della sua opera di propaganda, difesa e progresso".

Tornando a guardare al Paese, altri due fatti di cronaca segneranno la storia di questo decennio: la nascita della televisione italiana - che il 3 gennaio del 1950, alle ore 11:00, manda in onda la sua prima trasmissione - e l'elezione del bergamasco Angelo Roncalli al trono pontificio, il 28 ottobre 1958, con il nome di Giovanni XXIII. Due accadimenti molto diversi tra loro ma destinati a incidere in profondità nella cultura di un Paese dove, proprio in questi anni, si iniziava a parlare in modo nuovo e più moderno del vino.

Dopo il cupo periodo bellico, i consumi di vino in Italia tornano a crescere ma non in maniera sufficiente da assorbire le abbondanti vendemmie di quegli anni. Il settore, intanto, per fronteggiare i venti di crisi torna a chiedere l'abolizione dell'imposta di consumo, nonché campagne promozionali pubbliche a favore del vino. Proprio dalle colonne del Corriere Vinicolo dell'11 novembre 1957, l'Assemblea dell'Unione Italiana Vini salutava con soddisfazione la promessa abolizione del dazio, mentre celebrava solennemente il 60° anniversario della fondazione con l'inaugurazione, a Milano, del nuovo salone contrattazioni (dedicato a Virginio Nosedà, presidente dell'associazione dal 1942 al 1956), benedetto da monsignor Giovanni Battista Montini (che, dopo la scomparsa di Giovanni XXIII salirà al trono pontificio con il nome di Papa Paolo VI).

I laboratori di UIV



Ma questo decennio sarà importante nella vita dell'Unione Italiana Vini, per lo sviluppo e l'affermazione a livello nazionale di un altro settore importante dei servizi dell'associazione: i laboratori eno-chimici. Questi vantavano già una lunga storia alla fine degli anni Quaranta, dato che il servizio di analisi dei mosti e dei vini venne istituito addirittura durante una delle prime assemblee generali dell'Associazione, il 2 settembre 1896; a conferma di ciò il fatto che già nel primo bilancio associativo, dello stesso 1896, compaiono le voci di spesa per l'apertura di un laboratorio e per l'acquisto dei necessari strumenti di analisi, per un totale di lire 510. Il riscontro positivo di commercianti e aziende vitivinicole al servizio di analisi offerto dall'Unione Italiana Vini spinse in seguito l'associazione a definire una strategia di lungo periodo, tesa a costituire una vera e propria rete nazionale di laboratori. Venne così creata in pochi anni l'ossatura di uno dei servizi più importanti che l'Unione mette, ancora oggi, a disposizione del mondo produttivo. Si susseguirono infatti le aperture dei laboratori di Lecce (1947), Verona (1950), Reggio Emilia (1953), Firenze (1954), quest'ultimo presso laboratorio della borsa merci, nella locale Camera di Commercio, Asti (1955), Napoli (1957). Il già esistente laboratorio di Milano venne trasferito nel maggio del 1957 in via San Vittore al Teatro, anticipando di alcuni mesi l'arrivo nello stesso palazzo di tutti gli uffici milanesi di UIV e del nuovo salone delle contrattazioni. Con l'apertura, nella primavera del 1960, del recapito di Padova, per i campioni che verranno analizzati a Verona, l'Unione arriva a costituire una rete di laboratori sociali che conterà 19 strutture tra 12 laboratori e sette recapiti alla fine degli anni 80.

Un decennio, insomma, di grande attività che si apre nell'ottobre del 1949 con i festeggiamenti dell'80° compleanno del fondatore del giornale, Arturo Marescalchi, che però, qualche anno dopo, il 6 novembre 1955 scompare a Gardone Riviera lasciando un vuoto non solo umano, ma anche culturale e politico, in tutto il mondo vitivinicolo italiano.

Con questa nota di melanconia chiudiamo il racconto di questi anni: la scomparsa di Marescalchi segna, simbolicamente, la conclusione di una fase storica del vino italiano che vede nascere il nostro giornale, l'Unione Italiana Vini e, in genere, quel mondo dove affonda le radici il sistema vitivinicolo italiano come lo conosciamo oggi. Nessuno mai scolpì un monumento in pietra alla sua memoria, come chiese a gran voce il necrologio apparso sul Corriere Vinicolo del 12 novembre 1955. Ma forse, più della pietra, è l'eredità che ci ha lasciato a mantenere vivo il ricordo di un grande intellettuale, giornalista e uomo politico, al quale abbiamo dedicato il nostro novantesimo anniversario. A lui ci ispiriamo ancora ogni giorno, portando avanti il testimone del "suo" giornale che rappresenta, per tutti noi, una grande responsabilità verso il futuro.

Giulio Somma

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

Si aggiorna la testata. Nel segno della continuità ecco Il Corriere Vinicolo

Il nome Corriere Vinicolo comparì per la prima volta sulla testata dell'organo di informazione dell'Unione Italiana Vini a partire dal n. 13 dell'8 aprile 1950, a sostituire dopo ventidue anni la storica testata Il Commercio Vinicolo.

Tre anni prima, l'8 marzo 1947, durante l'Assemblea generale dei Soci dell'Unione, emerse che la denominazione Commercio Vinicolo era divenuta troppo restrittiva: al sodalizio aderivano ormai da tempo non solo commercianti, ma anche industriali, produttori di vino, rappresentanti, tecnici e associazioni.

La cronaca di quella seduta è riportata dal Commercio Vinicolo sul n. 11 del 15 marzo 1947, dove si legge "Fra gli altri ha parlato il comm. Avv. Galeone il quale ha proposto che la formula troppo restrittiva della testata del giornale - formula che non corrisponde né alla sottotestata né alla dizione dell'art. 1 dello Statuto sociale - venisse ampliata nel senso che raggruppando l'Unione nel suo seno industriali, commercianti, tecnici ausiliari ed industriali produttori ed interessandosi quindi il suo organo ufficiale dei problemi attinenti a tutta questa categoria, riteneva consigliabile sostituire alla testata «Il Commercio Vinicolo» un'altra testata più generica".

L'Assemblea votò quindi all'unanimità un cambio di testata anche se venne specificato che la denominazione Commercio Vinicolo rimanesse in sottotestata, come suggerito dal consigliere Luigi Folonari.

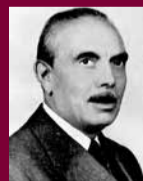
Si trattò dunque di un cambio nel segno della continuità, volto ad abbracciare i più vasti compiti che l'Unione aveva assunto in più di mezzo secolo di attività, e concepito per meglio rappresentare le istanze e gli interessi di tutti i soci e di tutti gli attori del ciclo economico vitivinicolo.

Il fondatore del Commercio Vinicolo, Marescalchi, scrisse a questo proposito nell'editoriale del primo numero rinnovato: "Il cambio di nome di questo ormai annoso e battagliero giornale non significa cambiamento di idee, ma allargamento della sfera delle sue funzioni ed espansione della sua opera di propaganda, difesa e progresso."

Il «Commercio Vinicolo» rimane sempre al centro dell'azione, ma esso, in questi momenti, ha proprio bisogno di avere intorno a sé, stretti in operosa e sincera fratellanza, tutti gli altri elementi della famiglia vitivinicola [...] Momenti gravi di preoccupazione quelli nei quali ci troviamo. Forse pochissime volte o mai la vitivinicoltura italiana si è trovata di fronte a problemi di vasta e grave portata".



I PRESIDENTI DELL'UNIONE ITALIANA VINI



Virginio Nosedà
1942 - 1956



Salvatore Migliorisi
1956 - 1976

I DIRETTORI DE "IL CORRIERE VINICOLO"

Stefano Mangold - dal 1946 al 1952
Salvatore Migliorisi - dal 1952 al 1976

UNA STORIA
CHE RITORNA
ALLE ORIGINI:
LE PREVISIONI
VENDEMMIALI
TRA UIV
E ASSOENOLOGI

I NUMERI
DELLA
VENDEMMIA

Nel presentare la conferenza stampa dei dati vendemmiali che lo scorso 4 settembre ha visto - per la prima volta allo stesso tavolo - UIV, Assoenologi e Ismea, abbiamo parlato (nel numero 27 del nostro giornale dello scorso 9 settembre) di "svolta storica" così motivandola: "Se pensiamo agli anni di nascita delle associazioni che hanno deciso di mettere insieme le proprie energie per arrivare ad elaborare una stima italiana unitaria a livello nazionale - 1895 l'Unione Italiana Vini, 1891 Assoenologi e la metà degli anni 60 per Ismea - si comprende come non solo si possa, ma si debba, parlare di svolta storica perché questo lavoro congiunto di previsioni vede coinvolte, associazioni e istituzioni che hanno scritto - con ruoli diversi ma complementari - la storia moderna del vino italiano". Ma di "storico" questa svolta ha ben più dell'aspetto di attualità, comunque di straordinaria importanza. Perché la nuova "cabina di regia" delle previsioni vendemmiali è in realtà la riproposizione, in chiave moderna, di un antico lavoro avviato insieme, grazie alla straordinaria opera di Arturo Marescalchi, il cui pensiero, lavoro ed eredità culturale effettivamente aleggiavano nelle parole ascoltate alla conferenza stampa nel "parlamentino" del Mipaaf.

Una svolta, insomma che ritrova nella storia una sua forte radice - fascino della ricerca e dello studio del passato - un "ricorso storico" di vichiana memoria, che Francesco Emanuele Benatti mette in luce con efficace chiarezza in questo articolo. Scandagliando negli archivi del Corriere Vinicolo e di Unione Italiana Vini, e sfogliando i primi numeri de l'Enotecnico ritroviamo, agli albori della nostra storia, l'indicazione di un percorso oggi ripreso, forse all'insaputa di molti, ma seguendo uno spirito della storia il cui destino è spesso più grande di noi.

Giulio Somma

DALLE CARTOLINE POSTALI AL WEB

Oltre 100 anni di storia per le previsioni vendemmiali

di FRANCESCO E. BENATTI



Qui sopra: cartolina postale per il sondaggio vendemmiale, inviata ai soci dell'Unione Italiana Vini nel luglio 1928 (fonte Archivio Storico UIV, serie Circolari e comunicati)

A fianco: prima pagina del Supplemento alla Rivista "Enotria 1927" n. 8 - Agosto 1927. (fonte Archivio Storico UIV, serie Pubblicazioni)

I diritti e doveri dell' "ottimo socio" dell'Unione Italiana Vini

È fatto notevole, e utile anche alla comprensione del clima associativo di quegli anni, che la partecipazione attiva alla raccolta dei dati verrà sollecitata sulle pagine del settimanale quale "dovere dell'ottimo socio dell'Unione Italiana Vini". I soci dell'Unione - si legge su Enotria - hanno dei diritti naturali e civili. La società infatti è tesa, tutta, nella sua organizzazione amministrativa e assistenziale, per favorire i legittimi bisogni e provvedere con i mezzi più idonei alle necessità dei singoli [...] Ma anche l'Unione Italiana Vini ha dei diritti, e il buon socio ha verso di essa dei doveri. Uno, fra gli altri [...] Collaborare alle finalità sociali più importanti ed immediate e, nel caso concreto, informare obbiettivamente e rapidamente Enotria, l'organo ufficiale dell'Unione Italiana Vini, il giornale di classe, apprezzato, serio, completo, dei mutamenti improvvisi NELL'ANDAMENTO DEL RACCOLTO e DELLE VENDEMMIE per: caduta d'acqua; scatenarsi di bufere; attacchi di umidità; malattie ed insidie alla prosperità della vite; aumenti improvvisi dei prezzi dei mosti e dei vini; improvvisi ribassi.

Un impegno più che secolare

Questi due esempi, che citiamo perché particolarmente esplicativi di questo servizio offerto dall'Unione Italiana Vini ai soci e più in generale a tutta l'industria italiana del vino, non sono però certamente i soli testimoni di questo impegno oggi giunto ad essere più che secolare.

Già nell'agosto del 1900, infatti, nel suo primo anno di pubblicazione, il "Bollettino Ufficiale dell'Unione Lombarda fra i Negozianti di Vino", (l'associazione che muterà nel nome e poi anche nella struttura per diventare quella che oggi conosciamo come Unione Italiana Vini) offre un interessante quadro "in riguardo all'aspetto della prossima vendemmia".

Ciò è realizzato riproducendo quanto pubblicato sul "Giornale Vinicolo Italiano" di Casale Monferrato, l'allora più importante foglio italiano d'informazione vitivinicola, diretto da Edoardo Ottavi. Scopo di questa pubblicazione è permettere ai soci dell'Unione - che allora riuniva soprattutto commercianti di vino - di "regolarsi per tempo per le loro provviste, richieste di prezzi, informazioni dettagliate e quant'altro mai può loro interessare".

Un "servizio" che d'altra parte rispondeva a uno dei principali obiettivi che l'Unione stessa si era data già al momento della sua costituzione nel dicembre del 1895, indicando tra gli scopi sociali, fin nel primo statuto dell'associazione, proprio quello di "raccogliere informazioni commerciali e tecniche sull'andamento della produzione e del commercio dei Vini, tanto in Italia quanto all'estero".

Facendo un salto temporale fino agli anni del secondo dopoguerra - oggetto di questo speciale - troviamo rinnovato l'impegno dell'Unione nell'opera di rilevazione e comunicazione dei dati dell'industria nazionale (e internazionale) del vino. A quanto si legge sul volume "Unione Italiana Vini 1895 - 1957", pubblicato per celebrare il sessantennio del sodalizio, in occasione del trasferimento nella nuova sede milanese in Via San Vittore al Teatro, l'anno 1949 fu un'occasione per minuti rilievi proprio sull'andamento della vendemmia. Pochi anni più tardi, alla ripresa della sua pubblicazione, cominciata nel 1920 per interrompersi nel 1941 a causa della guerra, il già citato Annuario Vinicolo d'Italia 1951-52, dedica diverse pagine a una ricca sezione di statistica. Vi troviamo, ad esempio, una tabella con i volumi di produzione di vino in Italia tra il 1870 e il 1950, e un'altra con i dati relativi le quantità d'uva vinificate o destinate in Italia al consumo, ed ancora un'analisi delle disponibilità di vino in Italia per abitante tra il 1911 e il 1950.

Come ricorda Antonio Rossi, oggi consulente del Servizio giuridico-normativo di UIV - ma che all'Unione approdò nell'aprile del 1980 con la carica di "segretario" secondo quanto previsto dallo statuto allora vigente -, il sistema del sondaggio tra i soci a mezzo cartolina postale, già utilizzato - come sopra raccontato - dalla redazione di Marescalchi ai tempi dei primi Enotria, rimarrà in uso ancora fino a tutti gli anni Ottanta, sia per la rilevazione dello stato delle uve nei mesi precedenti la vendemmia,



Un "servizio" che nasce già negli anni 20 e che rispondeva a uno dei principali obiettivi che l'Unione si era data già al momento della sua costituzione nel dicembre del 1895: "raccolgere informazioni commerciali e tecniche sull'andamento della produzione e del commercio dei Vini, tanto in Italia quanto all'estero"



Immagine da Archivio Storico UIV

sia per l'acquisizione delle quotazioni del vino, i cui dati confluivano in quella rubrica "Rassegna settimanale dei mercati", che dal 1928 è rimasto - ininterrotto fino ad oggi - uno spazio informativo caratterizzante ogni numero del settimanale.

Le previsioni vendemmiali frutto dei sondaggi di Unione Italiana Vini vennero più volte negli anni diffuse anche sui quotidiani nazionali. In particolare è Il Corriere della Sera che più volte, almeno dagli anni Settanta in poi, le riporta tra luglio e settembre sulle sue pagine dedicate all'economia o all'agricoltura. In proposito si può citare il bell'esempio dell'articolo "Vendemmia, qualche grappolo di speranza", uscito sul numero del 27 settembre 1986 a firma di Renzo Ruffelli. La speranza a cui si allude è quella di una quanto più possibile rapida rinascita per il vino italiano, alla conclusione di una campagna vitivinicola scossa dallo scandalo del metanolo, scoppiato nel precedente mese di marzo.

L'avvio della collaborazione con Ismea
È invece del 2001 l'inizio della

ormai quasi ventennale collaborazione tra Unione Italiana Vini e Ismea (Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare) per la raccolta delle stime di vendemmia. Un'iniziativa che, così come la descrisse in editoriale l'allora direttore del Corriere Vinicolo, Marco Mancini, aveva "l'obiettivo di dare vita ad un osservatorio puntuale e assolutamente affidabile quale preciso riferimento istituzionale per tutti gli operatori del settore ma anche dell'informazione". La conferenza stampa di presentazione dei primi dati UIV-Ismea si tenne a Roma il 13 settembre dello stesso anno, in una sala ancora profondamente turbata da quanto avvenuto nei giorni precedenti negli Stati Uniti, come ci ha raccontato emozionata Tiziana Sarnari, analista Ismea, che fin da quella prima edizione, come ancora oggi, è impegnata in questo importante progetto. Tra i convenuti vi era l'allora ministro delle Politiche agricole, Gianni Alemanno, che volle sottolineare l'estrema importanza di questo studio congiunto, in primo luogo per il fatto che lo stesso "permette di acquisire le conoscen-

ze necessarie a elaborare una strategia di sviluppo a sostegno della qualità per tutta la filiera, che impedisca il ripiegamento sui soli prodotti di nicchia".

Assoenologi e le stime vendemmiali

Come Unione Italiana Vini, anche Assoenologi vanta un'antica tradizione nella diffusione delle stime vendemmiali. Una tradizione che trova una radice comune nella figura di Arturo Marescalchi. Quello che è stato definito "il primo enotecnico italiano", infatti, prima di approdare all'Unione Italiana Vini, dove si fece promotore di un'intensa opera pubblicistica e culturale (a lui si devono Enotria, Il Commercio Vinicolo, l'Annuario vinicolo d'Italia), era stato l'organizzatore a Milano nel 1892 del primo Convegno degli enotecnici italiani, riunione che portò alla costituzione della Società degli Enotecnici. Questa ebbe la sua prima sede Conegliano ma che nel corso degli anni dieci del XIX secolo si trasferì a Milano.

Nel capoluogo lombardo, la Società si stabilì in quella stessa Casa del Vino di via Silvio

Pellico 7 che nel 1919 era stata acquistata dai Unione Italiana Vini quale sede sociale. Si può immaginare, ma il fatto trova conferma anche in alcuni documenti conservati nell'Archivio storico di Unione Italiana Vini, che proprio in quel palazzo Arturo Marescalchi si divise tra l'attività di direttore di Enotria, in capo all'Unione Italiana Vini, e di presidente della Società degli Enotecnici Italiani.

Oggi Assoenologi riconosce il suo nucleo fondativo proprio in quella Società degli Enotecnici Italiani voluta e presieduta a lungo da Arturo Marescalchi, un ente che formalmente si sciolse negli anni del regime fascista, "assorbita - sono queste parole dell'notecnico baricellese - dal gran calderone degli organi corporativi". L'odierna Assoenologi rinacque con la precedente denominazione - che si trasformerà nel tempo per definirsi in quella che oggi conosciamo - dopo la Liberazione, per opera di Giuseppe Asnaghi, a seguito del I° Convegno Enotecnico Nazionale, tenutosi a Milano il 19 giugno 1946.



ASSOENOLOGI
RACCONTA

Dall'analisi delle fasi fenologiche della vite alle stime di produzione

"Fin dalla prima uscita dell'organo ufficiale di stampa dell'allora Associazione Enotecnici Italiani, stiamo parlando del 1893 - spiega **Riccardo Cotarella**, presidente di Assoenologi - la pubblicazione delle stime vendemmiali sulla rivista l'Enotecnico (oggi l'Enologo) ha trovato ampi spazi, nella consapevolezza che questi dati sono fondamentali per il futuro dei vini. L'enologo si occupa di trasformare l'uva che arriva in cantina in vino e cerca di farlo nel migliore dei modi. Ma la sua conoscenza della vigna e dell'andamento fenologico della vite è di fondamentale importanza. Ora lo dicono tutti. Ma non è stato sempre così".

Antonio Carpena, presidente della Redazione, sul primo numero del mensile, scriveva: "Sarà un periodico indipendente, che userà d'ogni mezzo possibile per mantenere alto il decoro di una classe di professionisti ormai divenuta numerosa e utile; esso ne propugnerà gli interessi, sempre tenendosi entro i confini dell'imparzialità e della giustizia [...]"

Il programma dell'Enotecnico sarà dunque:

- Costituirsì quale organo degli Enotecnici italiani per propugnare gli interessi.
- Pubblicare almeno in succinto gli studi e i lavori scientifici attinenti all'Enologia e quelli pratici.
- Venire in aiuto con tutti i suoi mezzi modesti alla soluzione dei problemi interessanti le pratiche viticole, quelli di cantina e del commercio vinicolo interno e di esportazione.

"Le considerazioni sull'andamento delle diverse fasi fenologiche della vite e le stime sulla produzione - continua Riccardo Cotarella - rientrano in quest'ultimo compito. Così, da allora, e dagli anni 80 in modo più completo, puntuale e sistematico, Assoenologi formula le sue prime stime quantitative e qualitative non prima che almeno il 5-10% della produzione sia stata conferita. Le rilevazioni sono il risultato dell'elaborazione dati ottenuti attraverso diverse fonti. La base è costituita dalle valutazioni condotte, a livello locale, dalle diciassette Sedi periferiche che Assoenologi ha a copertura dell'intero territorio nazionale. Questi dati vengono quindi confrontati con un'altra moltitudine di informazioni acquisite autonomamente dalla Sede centrale di Assoenologi.

Questo modo di operare ha consentito da anni all'Associazione di formulare, fra settembre e ottobre, le previsioni sulla produzione in modo obiettivo e veritiero. In media la differenza tra le previsioni fatte da Assoenologi a fine vendemmia e le rilevazioni definitive di Agea e Istat è di solo il 3%.

Assoenologi non si limita a dare un giudizio generale sulla qualità e quantità della campagna in corso, ma analizza nei dettagli l'andamento dell'annata, giustificando prima in termini generali poi regionali il perché dei risultati di previsione, che rimangono validi fino agli ultimi giorni di ottobre quando presenta i dati definitivi.

Un lavoro la cui importanza andava oltre i confini del settore - visto il ruolo che il comparto vitivinicolo riveste nell'economia complessiva del paese e la centralità del vino negli stili di consumo degli italiani - come testimonia la ricca rassegna stampa che ogni anno accompagnava la pubblicazione delle previsioni vendemmiali di Assoenologi dove figuravano testate di primissimo piano come Il Corriere della Sera, la Stampa, il Sole 24 Ore".



mondodelvino®

All Corriere Vinicolo, auguri per una nuova stagione di successi

IL CORRIERE VINICOLO
1928 · 2018



ANTOLOGIA

Dalle pagine di "Si pubblica il sabato"

PAMPINI E TRALCI

I «MARZIANI» e il vino francese

Migliaia di francesi in questi giorni affermano di aver veduto gli esseri interplanetari che discendono con le astronavi sulla terra, si trattengono, passeggiano e ripartono silenziosamente e misteriosamente come sono apparsi.

Non si sa cosa ci sia di vero nelle diverse testimonianze e segnalazioni che pervengono a Parigi, ma ad ogni buon conto nella capitale francese è stato costituito un Comitato per l'accoglienza dei «marziani», sono stati disposti i festeggiamenti e le visite ufficiali, ed è stato istituito un premio di un milione di franchi per chi condurrà al cospetto del Comitato un marziano vivo in carne ed ossa.

Prevedendo una difficoltà nella reciproca comprensione della lingua, il Comitato ha pensato bene di stabilire il primo contatto con un gesto di cordialità «interplanetaria» e cioè con l'offerta di quanto di meglio può disporre la Francia: un bicchiere di vino.

Questa notizia è ufficiale e diffusa in tutta la stampa del mondo.

A noi i «marziani» interessano relativamente poco, ma la faccenda del bicchiere di vino invece moltissimo. E' tutto lo spirito francese che trapela in questa trovata, volutamente o inconsciamente propagandistica, che identifica in ogni occasione nel «VINO», e in particolare in quello di propria produzione, l'elemento più nobile, cordiale e universale di cui disponga l'umanità.

Questo è un po' il segreto della propaganda per i vini francesi: ciascuno vi contribuisce, e se ne sente onorato, per intima convinzione e nella certezza di fare l'interesse della patria.

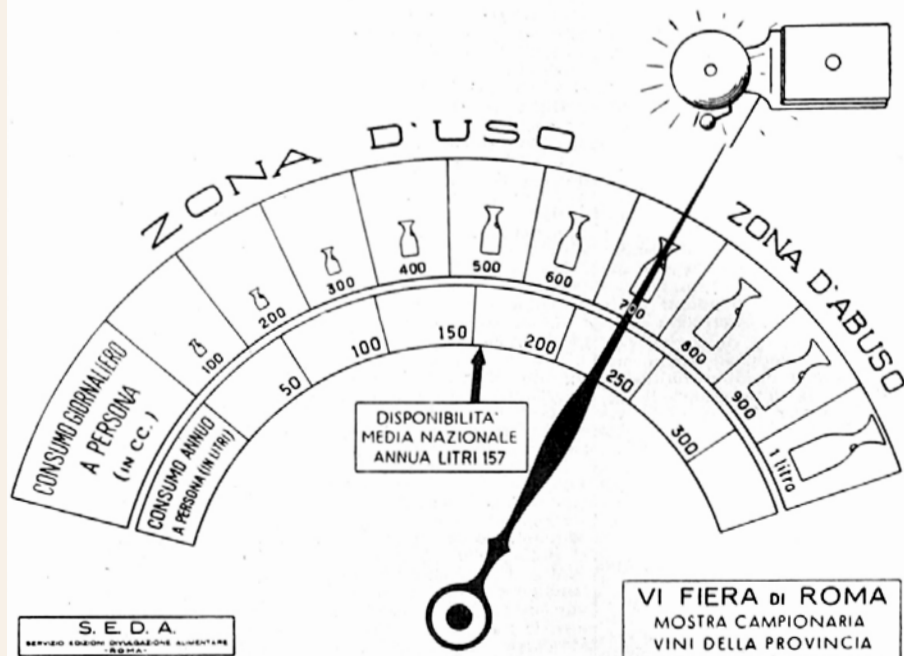
Passare dal vino che si vuol offrire al marziano alla «coscienza vinicola» di un paese, può darsi che sia considerato un salto eccessivo; ma è fuor di dubbio che proiettare il vino francese sul piano interplanetario, fosse anche solo per celia, è una propaganda di primo ordine e, tra l'altro un segno di intelligenza nella apparente vacuità della cronaca dei dischi volanti e simili.

3. II.

1954

Il Corriere Vinicolo n.42

IL VINO NELL'ALIMENTAZIONE



Al Convegno sulla viticoltura e l'enologia dei Castelli romani, tenutosi alla Fiera di Roma alcuni giorni prima del 13.º Convegno Enotecnico, il prof. Procopio ha fornito interessanti precisazioni sul consumo del vino e i suoi limiti. Presentiamo il grafico, allegato alla relazione, che non ha bisogno di particolari commenti. Si tenga presente che la razione di 700 gr. giornalieri pro-capite comporta un consumo annuo di litri 255, e che la disponibilità media nazionale di litri 157 pro-capite è ottenuta escludendo i bambini e i ragazzi

1958

Il Corriere Vinicolo n.26

DIGNITA' del commercio

Da anni, qualsiasi cosa accada nel campo economico, con solidarietà degna di miglior causa, ci si scaglia contro il commercio. Qualsiasi evento di ordine esterno, di politica mondiale o di carattere bellico turbi l'andamento dei mercati, la colpa viene addossata al commercio.

Si è giunti al paradosso per cui quando un ministro o un parlamentare o un alto funzionario è personalmente convinto di una importante e gravissima questione prospettata dalle rappresentanze del commercio, deve quasi temere di prendere posizione, perché pur difendendo un'onesta causa del commercio italiano corre rischio d'esporsi a critiche o commenti naturalmente a sfondo demagogico. Nel mentre con la massima facilità ci si batte per qualsiasi causa di settori produttivi diversi.

Ed è proprio qui il nocciolo della questione: perché nel mentre altri vivono su base nettamente protezionistica — spesso non giustificabile nemmeno socialmente — il commercio italiano tutto dà al Paese e nulla chiede, nulla ha mai avuto, nessun protezionismo di alcun genere, nessuna tutela. Ed anzi viene di continuo colpito nella sua funzione.

Abbiamo detto che il commercio tutto dà. Non è una frase retorica, bensì una cosciente affermazione senza tema di smentita.

Il commercio assicura lo smaltimento delle produzioni agricole e industriali, all'interno ed all'estero. Assicura ai porti gli indispensabili traffici; assicura la circolazione delle merci, spinge l'incremento dei consumi, provoca correnti di affari e di turismo.

Il commercio assicura l'equilibrio della situazione economica nel Paese, perché per sua natura è contro ogni inflazione e contro ogni deflazione. Il commercio rappresenta quel naturale vaso comunicante dell'economia che nessun ministro del bilancio o del tesoro, per quanto geniale, potrà mai sostituire con mezzi tecnici, finanziari, fiscali o bancari.

Il commercio tutto dà: perché anche quando vi è guadagno — poco o molto ch'esso sia — tale guadagno rappresenta l'unica vera ricchezza del Paese, poiché o futille viene reinvestito in beni e in incremento dei traffici, a tutto vantaggio di ogni genere di produzione; o questo utile resta a disposizione degli istituti di credito, consentendo quindi agli stessi di operare con maggior larghezza, a vantaggio anche e soprattutto di quegli altri settori che tanto hanno bisogno delle banche per i loro finanziamenti a lunga scadenza. Nel mentre i finanziamenti del commercio sono quasi sempre a breve scadenza e quindi rappresentano per il sistema creditizio un beneficio anziché un peso.

Quindi anche ammettendo una circostanza, che purtroppo oggi non è, ossia che il commercio guadagni molto, questo torna a tutto beneficio della collettività nazionale.

Infatti quel guadagno o va in spese o in reinvestimenti o nei depositi bancari. Nessun commerciante infatti ha mai messo il denaro sotto il pagliericcio.

Ed a questo punto è bene domandare: esiste forse una legge dello Stato o della morale che condanna un guadagno lecito ed onesto? Tutta la attività umana è volta a guadagnare, anche quella dei «puri» che più strillano.

Perché quindi non dovrebbe avere un guadagno lecito il commerciante, che al Paese assicura benessere e che lavora dalla mattina alla sera, o che alla notte spesso non può dormire per le preoccupazioni derivantigli dai suoi impegni e dai rischi continui che corre?

E che il commercio sia in tutti i casi un beneficio per la Nazione e soprattutto per i consumatori è ulteriormente dimostrato dal fatto che, finché esiste un libero ma disciplinato commercio, attraverso la libera concorrenza si ha un calmieramento. Ma quando il commercio comincia ad essere diretto o di Stato o di ordine monopolistico, si creano automaticamente rincari, borsa nera e danni, soprattutto a coloro che quel dirigismo hanno voluto.

E l'esempio di questi anni — in ispecie di qualche Paese estero — confermano il nostro asserto.

E infine giova qui ricordare che questa attività commerciale, i cui utili — quando ce ne sono — vanno a beneficio di tutto il Paese, è quella che assicura o in via diretta o in via indiretta, la maggior parte degli introiti del bilancio erariale e di quello degli enti locali.

Senza il commercio non vi sarebbe bilancio dello Stato o quanto meno sarebbe un bilancio non economico.

E per chiudere, possiamo affermare che questo commercio, nella sua realtà economica — e visto senza para-occhi di demagogia — è di fondamentale importanza sociale, poiché costituisce il nerbo sul quale si regge l'economia del Paese. Eppure non ha mai chiesto, non ha mai avuto nessun protezionismo: non solo, ma è quello che subisce in tutte le circostanze ogni conseguenza fiscale o politica di congiuntura; ed è l'unico settore produttivo, anzi veramente produttivo, che non solo non riesce nemmeno ad avere una giusta tutela giuridica per il pacifico svolgimento della sua funzione.

Questa è la realtà, che potrebbe anche essere documentata con dati statistici. Nessuna impostazione di teorica può alterare la verità economica dei fatti.

Ed è per questo che i commercianti italiani devono essere, più di ogni altro produttore economico, fieri e orgogliosi della loro funzione, della loro attività, dei loro sforzi, del loro lavoro ed avere la coscienza e la responsabilità del loro compito. Nessuno può portare la testa orgogliosamente alta, quanto i commercianti italiani che sono sempre primi e pronti a fare il loro dovere, senza chiedere e senza avere compensi. Ed è di questo giustificato vanto di classe che l'opinione pubblica, gli uomini politici e i burocrati devono rendersi conto, perché finirebbero, in caso contrario, a ceder nelle panie di coloro che per impoverire il Paese, hanno tutto l'interesse di distruggere il commercio.

1951

Il Corriere Vinicolo n.49

IL VINO CHE DIVENTA BIRRA

(ARNIA) Nonostante il differente aspetto e il differente sapore, vino e birra sono bevande affini perché ambedue provengono dalla fermentazione alcolica di idrati di carbonio prodotti da microrganismi molto simili fra loro. Differiscono fra loro, il vino e la birra, per la percentuale di alcool etilico, che è moderata nella birra (3-5%), più elevata nel vino (10-13%). Però la birra contiene diverse sostanze (glucosio, maltosio, destrine, ecc.) per cui il suo valore alimentare complessivo raggiunge presso a poco quello del vino. La birra è un liquido neutro; il vino è spiccatamente acido. La birra è soprattutto una bevanda dissetante da usarsi, almeno per noi mediterranei, fuori pasto.

Dopo questa comparazione fra le due bevande, il prof. A. Mazzei, al recente Congresso delle industrie agrarie, ha esposto un suo processo per preparare col vino una bevanda simile alla birra.

Sottoponendo il mosto d'uva ad un particolare trattamento inteso a cancellare i caratteri di vinosità attuale e potenzialmente, aggiungendo il luppolo e facendo fermentare con lievito di birra, si ottiene una bevanda molto simile alla birra d'orzo. Tale processo consente anche l'impiego dei mosti scadenti e quindi permetterebbe di sottrarli al mercato vinicolo, alleggerendolo.

Da notare che la preparazione di cui sopra si può fare in qualsiasi stagione dell'anno, giacché i mosti muti, preparati

alla vendemmia con la solfitazione, si possono conservare a lungo.

Tutto ciò va messo in relazione alla crisi vinicola e al fatto che anche per la birra nazionale si deve ricorrere a materie prime straniere, nonostante l'impiego attuale di una parte di orzo da birra italiano nonché di riso nella percentuale dal 10 al 25%.

Più precisamente, gli zuccheri del mosto d'uva (glucosio e fruttosio) producono con la fermentazione la moderata percentuale di alcool della birra, mentre l'aggiunta di riso (amido) e malto d'orzo provvede alla produzione delle destrine, sostanze che danno il «corpo» alla birra.

Adel

1956

Il Corriere Vinicolo n.2



DEGLI ARTICOLI

Dagli archivi del giornale

Una nuova selezione di articoli pubblicati sul Corriere Vinicolo tra il 1948 e il 1958



UN "CERTIFICATO DI GENUINITÀ",

Una delle preoccupazioni più assillanti dell'operatore che si reca al mercato per acquistare il vino è quella della buona qualità e della legalità del prodotto. Un tempo, l'attento assaggio e la lunga esperienza erano sufficienti a dire tutto ciò che all'acquirente interessava. Oggi, invece, la crescente complessità delle leggi crea dei punti interrogativi che non si possono risolvere senza l'aiuto di laboratori specializzati. Talvolta infatti un vino si presenta con le migliori caratteristiche organolettiche, sembra sicuramente genuino, ma viene poi contestato dai servizi di vigilanza perché, supponiamo, contiene una quantità eccessiva di solfiti, o una sproporzione tra alcuni componenti, o tracce più elevate del normale di alcuni elementi secondari, ecc. ecc.

Allo scopo di ovviare, almeno in parte, alla suddetta situazione, che, come abbiamo detto, preoccupa tutti gli operatori desiderosi di dormire sonni tranquilli, si potrebbe studiare un «certificato standard di genuinità commerciale del vino». Si dovrebbe trattare di un complesso di analisi che non comporti un onere finanziario eccessivo per gli operatori e permetta, in un tempo relativamente breve, di dare un giudizio quasi sicuro sulla legalità del prodotto in esame. Diciamo «quasi sicuro» perché rimarrebbe pur sempre una minima percentuale di «imponderabile» alla quale, d'altronde, si potrebbe sopporre con particolari cautele. L'organizzazione di tale «certificato standard» dovrebbe essere intrapresa dall'Unione Italiana Vini, che da tempo ne sta studiando la possibilità e ha l'attrezzatura necessaria.

Supponiamo, ad esempio, che un vino dichiarato sano, senza difetti e genuino, venga in seguito contestato da uno degli organi di vigilanza per eccesso di bromo inorganico, o per presenza di zinco, o cose del genere, col sistema descritto, si potrà accertare se tale difetto è susseguente o antecedente l'acquisto del prodotto. Infatti, analizzando il contro-campione debitamente sigillato dal venditore e custodito dal laboratorio dell'Unione Italiana Vini, si potrà sicuramente appurare se il difetto di cui sopra esisteva già al momento dell'acquisto o se, invece, è sopravvenuto dopo. In questo secondo caso, indubbiamente, responsabile resterebbe l'acquirente, mentre nel primo caso l'acquirente verrebbe esentato da ogni addebito, ricadendo invece la responsabilità sul venditore.

Il certificato di genuinità commerciale, pertanto, avrebbe una doppia funzione e cioè: a) di garantire al massimo l'operatore negli acquisti; b) di dimostrare la buona fede dell'acquirente in caso di contestazione. In prosieguo di tempo tale certificato potrebbe essere abbinato a un «contratto tipo», potrebbe costituire la base per un marchio di genuinità del vino comune, ecc.

Date queste ragioni di indubbia utilità, sarebbe anche auspicabile, e necessario, che una siffatta realizzazione, intesa ad aiutare il sano commercio del vino, ottenesse il riconoscimento degli organi di vigilanza e in particolare del Ministero dell'Agricoltura. Per il momento abbiamo voluto proporre l'argomento all'attenzione dei nostri lettori e saremo lieti se essi vorranno inviarci osservazioni, suggerimenti o anche critiche. Però ci sembra urgente ormai arrivare ad una decisione del genere giacché è utile che le leggi siano perfette e precisissime, ma nella pratica quotidiana l'operatore economico ha bisogno anche di strumenti semplici ed efficaci che gli consentano di porsi nelle condizioni di rispettarle.

A. N.

I ranocchi di Estavayer preferiscono vino all'acqua

ESTAVAYER, marzo. Non è un paradosso, no: i ranocchi di Estavayer all'acqua preferiscono i deliziosi «crudi» della zona che son poi i famosi trisculi vini stellati prodotti dai vigneti piantati in riva al lago di Neuchâtel in pianura e sulle dolci colline! Se non credete a me guardate la foto! Potrete allora convincervi che ogni ranocchietto fa onore alla sua «follia» e, a giudicare dagli atteggiamenti, sembra che tutti i commensali della lunga tavola sian già in quello stato di euforia che dà il vino schietto: esso accorcia le distanze sociali, dà serenità allo spirito, sprona agli abbandoni del cuore da cui nasce quella confidenza che è poi in porta dell'amicizia!

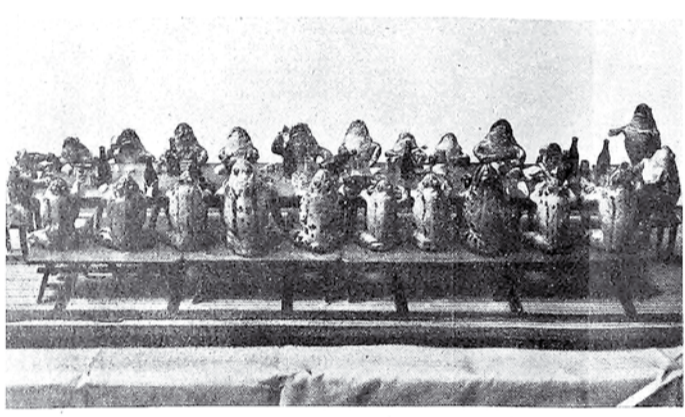
Estavayer è un paradisiaco balcone del ridante Lago di Neuchâtel: il sobborgo di Rivas, prima dell'abbassamento della superficie delle acque, era proprio in riva al lago!

Liquidata la pensione, dopo il servizio militare prestato alle dipendenze di Gioacchino Xirari in qualità di ufficiale, qui si ritirò Jules Perrier e per impiegare in qualche modo le lunghe giornate d'ozio si dette alla caccia delle rane!

Nel secolo scorso i naturalisti meno scienziosati dei moderni, che cercan sempre di restituire agli animali balsamati gli atteggiamenti che hanno da vivi nel loro habitat, confierono agli animali impagliati atteggiamenti quanto mai bizzarri. Nei Musei che ospitano vecchie collezioni è facile veder marmotte che fanno la boxe e scoiattoli che tiran di foresto! Ma la patria della originalità spunta senza dubbio alle collezioni di rane del Museo di Estavayer: collezione che richiese per la sua formazione sette anni di lavoro.

Jules Perrier, che si ebbe subito dei suoi concittadini il nomignolo di «ranocchiaro», dopo avere applicato alla pelle delle sue vittime un trattamento atto a conservarla la inabitiva di finissima sabbia e si serviva poi dei soggetti per la composizione di gustose scenette rese ancora più realistiche dagli accessori fabbricati espressamente nelle giuste proporzioni.

Entro bacheche di vetro questi quadri plastici continuano da un secolo e più a destar curiosità e nel complesso costituiscono un panorama completo della vita cittadina del tempo. Ecco così il banchetto familiare; il banchetto elettorale che ha conservato intatta la sua attualità; la bottega del ranocchio-barbiere; il plotone di ranocchi-soldati che marciano marzialmente, zaino a spalla, sciabola al fianco e fucile con baionetta innestata al baioncino! Non mancano naturalmente i ranocchi che si crogiolano attorno al tegame di bollente «fondue» innaffiata dall'immancabile bicchierino di birch e dalla bottiglia di anasso fendant. Ed ecco ancora i giocatori di biliardo con pipa e sigaro in bocca, tutti compresi della importanza della partita; ecco il duetto deputato-elettore che si propongono la reciproci ringraziamenti ed effusioni; ecco il Giudice di pace col suo scrivano e il rondò in onore del Consigliere federale e l'ora della lezione!



Nulla ha perduto di attualità questo banchetto elettorale in cui le rane dimostrano di sapere, non meno degli elettori dotati di due gambe e di parola, che le elezioni si fanno con vino... e non con l'acqua.

Estavayer, nel cattolicesimo Cantone di Friburgo, non dista molto da Avanches, che sorge dove era ubicata Aventicum, la capitale degli Elveti di cui restano imponenti rovine del teatro, delle mura con le torri di guardia, la colonna detta del «Cicognier», e da cui proviene il meraviglioso busto d'oro di Marc-Aurelio, l'unico che si conosca in metallo così prezioso!

Estavayer è giustamente orgogliosa del maestoso castello dalle grigie torri, esempio di una tipica architettura comune anche ad altre regioni della Svizzera; del Castello di Chenaux dai larghissimi e profondi fossati, e della Chiesa di San Lorenzo antica almeno quanto la città, ma in parte riedificata nel XV secolo.

Nel Castello di Chenaux, dopo la presa a tradimento della città, da parte dei confederati assediati, si ritirò con 300 fedelissimi Claudio di Estavayer e strenuamente si difese preferendo la morte alla resa. Dei fratelli di questo core Jean fu nominato tutore e consigliere di Bianca di Savoia; Jacques, Maresciallo di campo del re di Francia, partecipò con Condé alla memorabile e vittoriosa Battaglia di Rocroi; François-Louis-Blaise si distinse nelle guerre di Luigi XIV. Suggestivo è il «folklore» locale. Famoso sono i «maggli» cantati di casa in casa dai ragazzi, mentre le giovanette saltano sui tetti per parlar corona di fiori che i giovani andranno poi a togliere disputandosi come trofei e ne nascono primi amori che quasi mai avvizziscono con gli anni e finiscono sull'altare! Battaglie di fiori mettono in gara i due sessi: la primavera dell'anno ben s'accorda con la primavera della vita!

Raffaello Biordi

1958
Il Corriere Vinicolo n.11

I lussureggianti vigneti che fanno corona al Lago di Neuchâtel, di cui Estavayer è uno dei più ridenti balconi. (foto Chiffolle-Neuchâtel)

DOPO QUATTORDICI ANNI

E' riapparsa "Enotria"!

E' un mezzo di propaganda per il buon vino italiano, che deve trovare unanime appoggio e collaborazione onde raggiungere maggiore perfezione e diffusione

E' in distribuzione il primo numero della rivista «Enotria» edita dall'Unione Italiana Vini. Ne riportiamo la «Presentazione»:
Il titolo «Enotria» ad una rivista che intenda considerare il vino — frutto di nobilissimo lavoro — come strumento di benessere, di valore, di civiltà, e vi richiami l'interesse di un pubblico tanto vasto quanti sono i consumatori, non è nuovo nel Paese: i lettori non hanno certo dimenticato la bella e splendida «Enotria» che per vari lustri — fondatore Arturo Marescalchi — l'Unione Italiana

Vini pubblicò e diffuse ovunque nella penisola. Il medesimo titolo compare oggi sulla testata di questa rivista: il ceppo originale di «Enotria» ha gettato infatti dopo anni d'attesa, un ramo nuovo vigoroso e, confidiamo prospero di foglie e tralci feraci: così come la vite dello quale è epigone e simbolo.

Impresa non facile quella di modellare la nuova rivista sulle classiche forme dell'antica, diversi come sono gli uomini, i tempi, i gusti e le forze. Per l'Unione Italiana Vini la difficoltà non potevano attenuare e soffocare il dover

impellente del tener viva una delle creazioni più significative — forse la più cara al grande cuore — del Maestro Arturo Marescalchi, e nella rivista che fu sua nobile palestra rendere perenne la memoria di Lui venerato. Ricorre nel 1956 il sessantesimo anno di vita della Unione Italiana Vini, dodici lustri di attività e di battaglie condotte in nome di «Enotria», terra del vino. Era assai bello che «Enotria» avesse a rimanere e si stringesse alla ancor viva sua tradizione: «Enotria» rimane infatti e si accinge a continuare la marcia sulla via luminosa aperta e tracciata dal fondatore, con

la probità, la nobiltà, la bellezza che la resero un tempo vivida gemma nella preziosa collana delle riviste italiane. Scopo principale di coloro che in oggi la curano, per incarico dell'Unione Italiana Vini, è di renderne piacevole, curiosa, istruttiva la lettura a ciascuno che il vino pratici ed ami, ed a coloro che comunque si accostano all'etereo liquore che Bacco o Noè, in lotta di tradizioni, largirono, per primi, generosi, all'umanità affaticata. La rivista non dovrà trattare problemi tecnici ed economici del settore vitivinicolo per i quali provvede l'altra

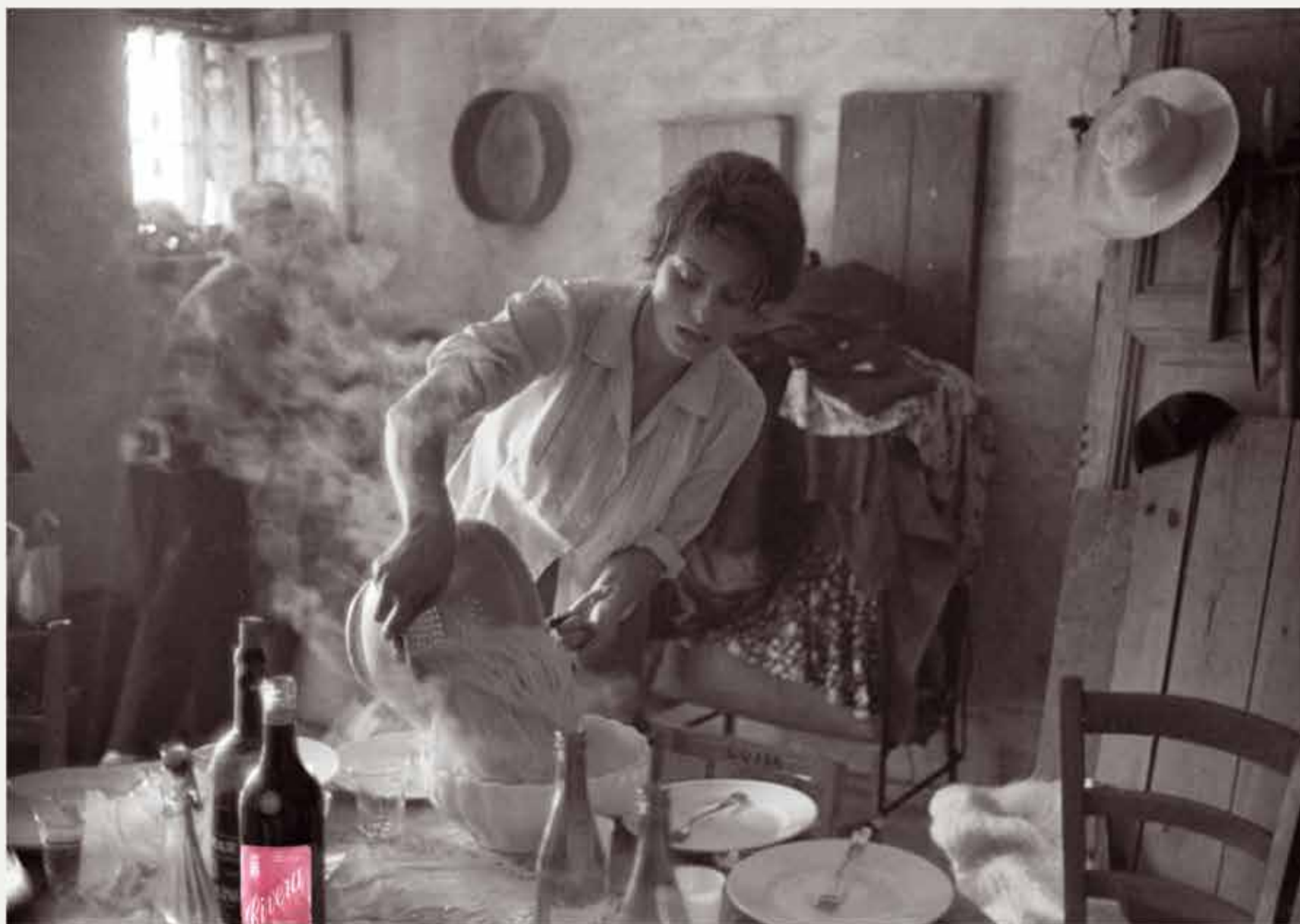
La rivista fa affidamento pieno su tali amici, e confida di meritarsi la loro schietta simpatia. La fatica, non lieve, incomincia. Come d'usato, nell'atto di partire, alziamo con essi il calice per l'augurio di felice viaggio con il «vin della staffa»: sarà propizio a consolidare la volontà, a preservare dal tedio, a rinverdire l'eterna primavera nel nostro giardino. Il primo numero inoltre presenta: «Incontri con Arturo Marescalchi» di F. Saporiti; «Tralci sotto la neve» di Guido Gallo; «Fagottari e fojette» di Rossano Zozzo; «Bisogna diffidare dei profeti astemi» di V. Beonio Brocchieri; «Un brindisi sul Grepone» di A. Garobbio; «L'eredità di Gerione in Spagna» di Jaime de Urzais; «Cosa scrivono gli altri»; «All'insegna del curioso» di R. Z. L'abbonamento, lire 3000, può essere versato sul c/c postale n. 3/8946 oppure direttamente all'Unione Italiana Vini - Via S. Pellico 7, Milano.

1956
Il Corriere Vinicolo n.11

1956
Il Corriere Vinicolo n.12

1956
Il Corriere Vinicolo n.11

DAL 1950...



Scena tratta da *La Ciociara*, film del 1960 diretto da Vittorio De Sica e interpretato da Sophia Loren.



...SULLE TAVOLE DEGLI
ITALIANI.



Riviera

I VINI PREGIATI DI PUGLIA