

Necessario un coordinamento sull'opera di propaganda vinicola

La proposta di costituire un fondo nazionale — lanciata ad Asti — attende una decisa azione parlamentare - I testamenti spirituali lasciati a tutti i viticoltori italiani da Montanari a Cavazzana

na parte del commento il prof. G. Dalmasso ha all'introduzione al «Catalogo Bolaffi dei vini del mondo» di spinge a riprendere un discorso che aveva interrotto in questi ultimi tempi, in attesa dei primi frutti del convegno organizzato ad Asti per la valorizzazione delle denominazioni dei vini di origine in Italia e all'estero.

Il Corriere Vinicolo», pubblicato il 21 aprile scorso la suddetta recensione del presidente dell'Accademia Italiana della Vite e del Vino, ha premesso un'opportuna presentazione dando atto all'illustrazione di una testimonianza valida, decisiva, obiettiva e serena nei confronti delle questioni sollevate da Veronelli, delle quali già abbiamo iniziato a scrivere, in modo che alle quali scriveremo ancora nei prossimi numeri.

Il prof. Dalmasso, nelle sue personali considerazioni, esprime le proprie perplessità in ordine ad alcune affermazioni contenute nell'introduzione al «Catalogo», riguardando la grandissima preponderanza qualitativa che egli attribuisce ai vini francesi e che, per tutti i vini di tutti i paesi viticoli. Veronelli, con piena responsabilità personale, non dice cose nuove. Ripete semplicemente, con dovizia di argomentazioni di testimonianze e di sperimentazioni, quanto è già in parte noto nel subconscio di una nostra media borghese, di un'aristocrazia, amante del continuo novità in fatto di automobili, dell'alloggio all'estero, in montagna, delle vacanze all'estero, dei montichi, delle cineserie, dei figli concubini e di vini e formaggi francesi nelle «colazioni di lavoro».

Discendendo dalle critiche di Veronelli alla nostra opera sui nomi d'origine e alla parte dell'opera del Comitato Nazionale — argomenti che, per problemi che continueranno a trattare in seguito — «Catalogo Bolaffi» per i gusti italiani rappresenta un grosso contributo alla moda del momento, si

le tendenze in atto sollecitando intime convinzioni già in attesa di precisi orientamenti, si affianca cioè massicciamente all'abile propaganda che i francesi fanno da qualche tempo nel nostro paese a favore dei loro vini e formaggi e al lancio, attraverso editori italiani, di libri di autori francesi dedicati ai loro vini.

In nostri precedenti articoli avevamo già sottolineato questo interessante fenomeno per attrarre intorno ad esso l'attenzione di quanti sono responsabilmente impegnati nel settore della vite e del vino nel nostro paese. Il «Catalogo Bolaffi» non suscita pertanto in noi molte perplessità; stupisce invece come, di fronte alle tendenze di cui abbiamo detto, non ci si preoccupi nel dovuto modo per una giusta valorizzazione dei nostri vini a denominazione d'origine, spesso abbandonati al giudizio sommario di taluni autori d'articoli giornalistici o di libri, che evidentemente non possono andare al di là di gusti ed esperienze personali degni della miglior attenzione.

Attendiamo le iniziative parlamentari

Abbiamo fatto queste semplici constatazioni per disegnare il quadro della situazione. D'altra parte sarebbe di scarso buon gusto lamentarci delle iniziative altrui senza muovere un passo per fare qualcosa di concreto.

Premesso che siamo ormai il primo paese viticolo del mondo es rafferma che siamo perfettamente in grado di ottenere buoni vini di qualità da collocare nel mercato interno e in quello internazionale. occorre ora soffermarci un momento per raccogliere le idee, rimediarla per poi partire con decisione e con precisi generali programmi.

Ad Asti, nel recente Convegno per la valorizzazione delle denominazioni di origine dei vini, s'è parlato molto, anche da parte nostra, di iniziative varie nel settore della propaganda vinicola. S'è detto e ridetto quanto già sapevamo e so-

occorre costituire un «fondo nazionale per la propaganda vinicola». Tutti gli intervenuti hanno addirittura approvato il principio di una tassazione sul prodotto per contribuire in parte alla costituzione di tale fondo. Un attivo parlamentare astigiano, il sen. Boano, dopo aver dimostrato un'ottima conoscenza della legislazione francese e del modo di intervenire di quel paese a favore della propaganda vinicola, ha preso solenne impegno di formulare concrete proposte di legge per portare avanti le istanze emerse dal Convegno astigiano.

Siamo quindi in attesa dell'azione parlamentare promessa; e se non sarà il senatore Boano, siano altri parlamentari a muoversi, purché qualcosa si faccia. Vorremmo solo che fosse ben chiaro in tutti che, se lo Stato ha riconosciuto che la tutela delle denominazioni di origine è compito di pubblico interesse — ed è tale criterio informatore che spesso si dimentica — anche la valorizzazione dei prodotti tutelati ha validissime ragioni di interesse generale che non possono essere continuamente dimenticate. Questo per quanto riguarda i pubblici poteri e il loro dovere di interessarsi di questi problemi nell'interesse nazionale.

Necessario coordinamento delle iniziative di «promotion»

Per quanto riguarda invece l'iniziativa degli Enti intermedi, delle organizzazioni, dei consorzi di produttori e di tutte le istituzioni ed uffici competenti o interessati a queste cose, sarà necessario approfondire un discorso che ad Asti era stato appena accennato.

Non è vero che si possa fare poco, in mancanza del richiesto fondo nazionale per la valorizzazione dei vini di qualità, da parte dei vitivinicoltori. Se, ad esempio, in tutte le regioni vinicole italiane le Camere di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato si riunissero attraverso un comitato di coor-

nissero studiate opportune iniziative da realizzarsi sistematicamente; se i numerosi istituti bancari, che annualmente pubblicano fuori commercio edizioni pregevoli nel campo dell'arte si ricordassero anche del nostro settore; se gli Enti per il Turismo istituissero premi per i ristoranti che adottino almeno una «carta regionale dei vini» e se fornissero ai Comuni targhe indicative delle zone di produzione riconosciute per i vini a denominazione d'origine; se gli enti fieristici che in questi ultimi tempi, con grande merito, hanno organizzato riuscite manifestazioni vinicole, non si limitassero a raccogliere relazioni e intervenire in «Atti» troppo spesso distribuiti con grande ritardo, ma li sviluppasse con opportune iniziative (commissioni di studio, pubblicazioni divulgative, ripresa e aggiornamento sistematico dei temi in precedenza affrontati, ecc.); se l'Enoteca Italiana Permanente riuscisse a fiutare, nelle principali città d'Italia, manifestazioni di propaganda vinicola; se l'Accademia Italiana della Vite e del Vino, in onore di A. Marescalchi e del suo presidente prof. Dalmasso, intendesse por mano ad una nuova «Storia della Vite e del Vino» con il contributo di tutti gli studiosi del settore; se queste ed altre cose venissero attuate in un quadro generale di promozione locale e nazionale a favore del vino italiano, molti passi avanti sarebbero possibili soprattutto per meglio influenzare le tendenze del consumo dei vini di qualità.

I testamenti spirituali di Montanari e di Cavazzana

Bisogna che tutti si convincano che, se la propaganda a favore di un vino e di una ditta produttrice è valida, è molto più valida e produttiva una propaganda di carattere generale a favore di tutti i vini di qualità e di tutti i migliori produttori, nell'ambito della quale ogni iniziativa particolare potrà certamente ottenere risultati migliori.

natamente molte tra le iniziative che in parte enti e organizzazioni stanno attuando qua e là nel nostro paese; ma ciò che desideriamo ripetere all'infinito è che occorre coordinare le iniziative più importanti, cercando di allargare la collaborazione a tutti coloro che hanno buona volontà di fare.

Viscardo Montanari ci ha lasciato un testamento spirituale: quello di dar vita a un programma nazionale di propaganda a favore del vino; e Giuseppe Cavazzana, attraverso l'Associazione Amici del Vino e di suoi annuali Convegni nazionali nelle varie regioni, ha lasciato un messaggio che altri dovranno tenere vivo ed attuale, quello di allargare sempre più un ambiente psicologico ed umano capace di giovare al nostro meraviglioso prodotto della vite.

Se queste vere e proprie eredità di affetti e di sentimenti saranno raccolte e sviluppate con fede, tenacia e amore pari a quelle dei nostri illustri amici scomparsi, potremo forse, in un prossimo futuro, preoccuparci sempre meno di ciò che viene detto o scritto non in sintonia con quanto gli ambienti ufficiali e competenti decidono o propongono per il vino italiano. Saremo così riusciti a consolidare convinzioni e tendenze che continueranno una buona crescente considerazione per i vini d'Italia, blasonati forse con troppo ritardo rispetto ad altri, ma non per questo meno meritevoli ed apprezzabili.

Chiediamo venia per questa pubblica meditazione inserita tra gli articoli che eravamo impegnati a scrivere a seguito della lettera aperta del presidente del Consorzio del Frascati, riteniamo che valesse la pena di farla. Ringraziamo pertanto il prof. Dalmasso che, con la sua «recensione» al «Catalogo Bolaffi» ci ha dato lo spunto per riprendere un discorso che speriamo, possa aver pratiche conseguenze in Parlamento, negli enti e nelle organizzazioni varie.