

# Un grappolo d'uva su dieci viene pigiato dal Coltiva

È la struttura nazionale vini della Lega delle cooperative alla quale aderiscono 54 cantine sociali e 42 mila produttori che sono sparsi in tutta Italia, dal Piemonte alla Sicilia. Uno slogan azzeccato: «Quando le cifre raccontano il lavoro degli uomini». I produttori di vino guardano con fiducia al mondo giovanile

«Quando le cifre raccontano il lavoro di uomini: questo è lo slogan che ha scelto per sé il consorzio nazionale vini Coltiva. E bisogna riconoscere che per una struttura commerciale che smercia un prodotto che dà facilmente alla testa è uno slogan quanto mai sobrio. Ma soprattutto è legato tutto alla concretezza della gente contadina e al legame con gli uomini che da sempre ha contraddistinto il movimento cooperativo italiano.

Il consorzio nazionale vini Coltiva è la struttura nazionale della lega delle cooperative operante nel settore vitivinicolo. Vi aderiscono 54 cantine sociali che associano 42 mila produttori sparsi in tutta Italia: dal Piemonte alla Sicilia. Complessivamente il consorzio dispone di circa 6 milioni di quintali di uva equivalente a circa un decimo della produzione nazionale.

Ogni anno il consorzio vinifica 4 milioni e mezzo di ettolitri di vino: 150 tipi diversi, di cui 41 a denominazione d'origine controllata, confezionati in 13 stabilimenti dislocati nelle zone di origine. In totale 1 milione e 600 mila ettolitri di vino imbottigliato, di cui 650 mila destinato al mercato italiano e 950 mila a quello estero. Nel nostro Paese il Coltiva raggiunge e consiglia (come dice il suo slogan) ben 15 mila esercizi commerciali e distributori serviti direttamente. Esporta in 13 Paesi europei ed extraeuropei, dagli Stati Uniti all'Inghilterra, dal Venezuela alla Germania. La produzione non destinata all'imbottigliamento viene anch'essa venduta sui mercati nazionali ed esteri; fra questi ultimi vanno annoverati l'Unione Sovietica, la Francia, la Germania, la

Gran Bretagna. Molte delle cantine consorziate (che si ritroveranno tra l'altro il 17 e 18 dicembre ad Asti per l'assemblea annuale) avevano sul mercato un marchio ed un nome consolidati. Marchio ed etichetta rimarranno a segnalare il prodotto di fiducia al consumatore; nel collantino comparirà la fasciatura con il simbolo del Coltiva. Quali sono i compiti del Coltiva? E come si presenta il mercato nazionale per il vino? Lo abbiamo domandato a Giovanni Guazzaloca, presidente del consorzio.

«Sono quattro i nostri compiti: in primo luogo la commercializzazione ed amministrazione di tutta la produzione confezionata e sfusa sui mercati nazionali ed esteri sulla base del rapporto diretto con gli acquirenti. In secondo luogo l'orientamento della produzione vitivinicola al fine di renderla più corrispondente alle esigenze dei vari mercati. Ci poniamo poi il compito di orientare e razionalizzare gli investimenti produttivi secondo esigenze di sviluppo generale. Infine ci proponiamo la contrattazione di materiali e prodotti enologici e di confezionamento, il costante aggiornamento e scambio di esperienze sulle tecniche produttive e di vinificazione.

Ma il problema principale che deve oggi affrontare il Coltiva è il forte calo nel consumo di vino. L'Italia, grande madre del grano e dell'uva, si è trasformata in terra d'invasione per birra e analcolici (più o meno scolorati)? Pare proprio di sì, se diamo un'occhiata alle cifre ufficiali. E le cifre ci dicono che in pochi anni il consumo pro-capite del vino nel nostro Paese è sceso da 120 a 86 litri. A cosa è dovuto questo vistoso calo nel consumo di vino? «Certamente alla mancanza di una educazione alimentare — ci dice Giovanni Guazzaloca — nel momento stesso in cui il vino ha subito duri colpi dalla campagna contro l'alcolismo. Una campagna doverosa e legittima, voglio dirlo subito, ma che rischia di gettare il bambino assieme all'acqua sporca.

Non chiedete dunque che gli italiani si trasformino in un popolo di «beoni», ma non volete neppure che il vino scompaia dalla nostra tavola? «Certo, noi siamo favorevoli ad un consumo moderato e generalizzato di questa «bevanda» che rientra da sempre nella tradizione alimentare italiana. Per fare questo non pensiamo ad una pubblicità massiccia del tipo: «Bevete più vino, il vino fa bene» ma chiediamo che le strutture pubbliche compiano una seria politica di orientamento nell'educazione alimentare. Educare al giusto consumo mi pare voglia dire insegnare al consumatore i valori nutritivi di ogni prodotto, sotto il profilo sia della qualità che della quantità. Molti studi scientifici affermano tra l'altro che in moderata dose il vino apporta benefici alla salute.

È diminuita la quantità del vino consumato, dunque; ma si è modificato anche il tipo di richiesta? «Certo, oggi il consumatore italiano pare preferire i vini bianchi su quelli rossi, i vini giovani e frizzanti su quelli corposi e lungamente invecchiati. Un vino bevuto tutti i giorni, magari nell'intervallo del pranzo non può che essere

un vino fresco e più leggero: dopo la pausa non ci si può permettere di dormire sul lavoro. Per questo il vino del futuro avrà un minore grado alcolico.

Il vino risente dunque dei cambiamenti della società, delle modificazioni nell'organizzazione della vita quotidiana: un numero sempre maggiore di persone oggi mangia fuori di casa. «È proprio così e mi sembra naturale che il vino risenta di questi cambiamenti. Il nostro tentativo per il futuro è quello di «andare» verso il pubblico giovanile, che è del resto la fetta di mercato che ha determinato in prima persona la crisi del vino. Per conquistare questo mercato vogliamo offrire un prodotto appunto diverso, più fresco, più leggero, meno impegnativo. Ma vogliamo anche togliere quei residui di mentalità che legano il vino all'osteria, al degrado fisico e sociale dell'uomo, al sottosviluppo.

Ma in questo modo il vino di qualità, il vino che ha fatto il giro del mondo portandosi il nome dell'Italia non rischia forse di venire danneggiato irrimediabilmente? «Non credo e questo per due motivi: i vini «robusti» (come il Chianti o il Barolo) non sono scomparsi e non scompariranno. Ma vengono riservati per le grandi occasioni, per i giorni di festa, che sono anche quelli di riposo dal lavoro. Il secondo luogo la qualità di un prodotto dipende innanzitutto dalla bontà dell'uva (e dalla sua quantità, naturalmente) e dai metodi di vinificazione.

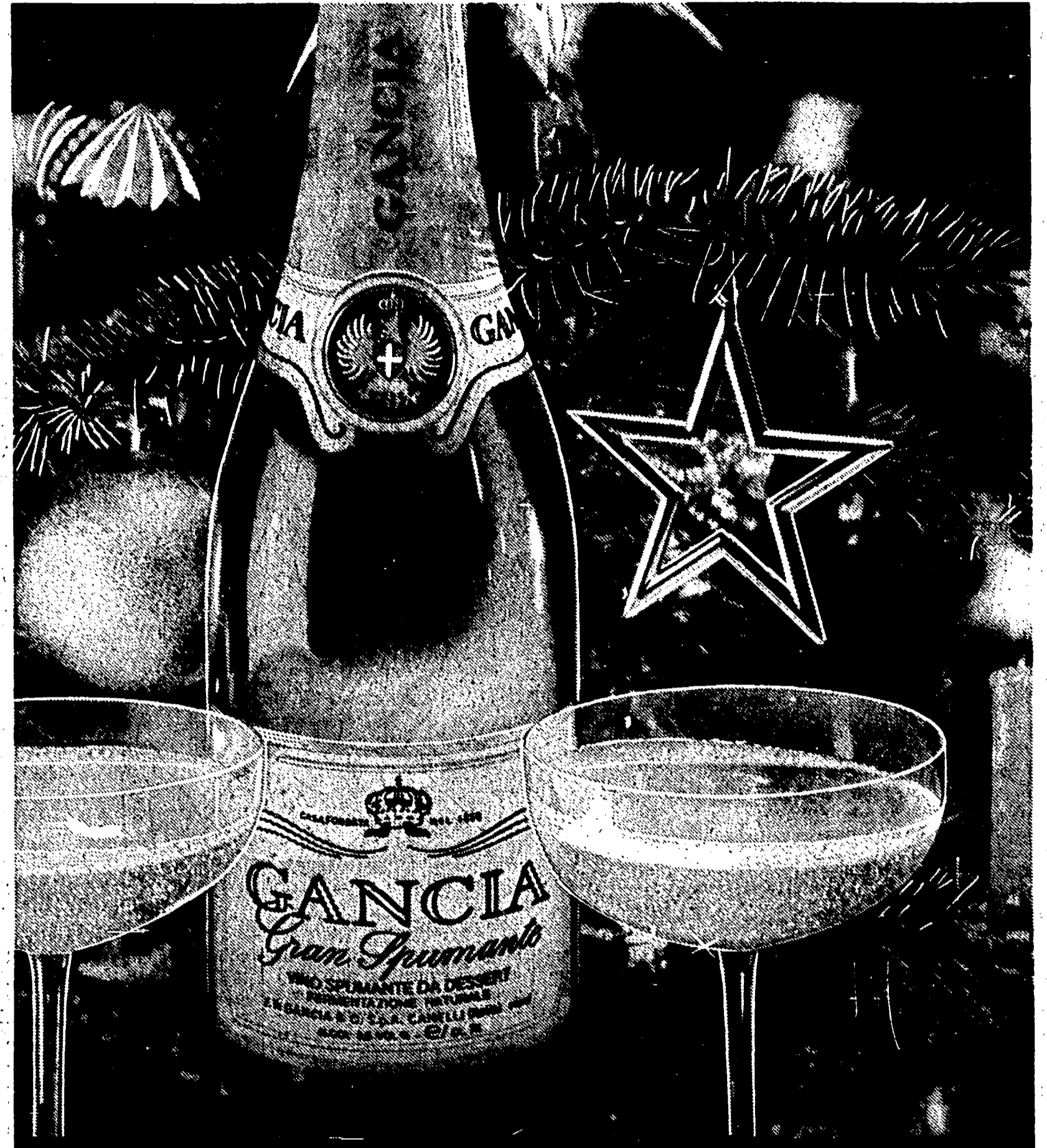
«E voi naturalmente siete in grado di assicurare che il vino che commercializzate è vino «buono»?

«La risposta è ovvia, ma voglio anche spiegare perché. In primo luogo l'unica cosa che non manca alle cantine sociali che producono il vino, che noi proviamo a commercializzare, è proprio l'uva. Per il tipo di struttura (cooperativa, appunto) che abbiamo noi accettiamo il conferimento dai produttori nostri associati sempre e comunque. Anche quando il mercato «tira» di meno: per questo da noi il vino è fatto davvero con l'uva, perché l'uva è l'unica cosa che non viene mai meno.

«E il secondo punto? «Sono gli impianti e i sistemi di vinificazione. Voglio ricordare solo due cifre, le aziende aderenti al consorzio hanno effettuato nell'ultimo triennio investimenti di potenziamento e aggiornamento tecnologico delle strutture per un valore corrispondente a 26,4 milioni di dollari (circa trenta miliardi di lire) mentre per il triennio 1981/83 ne sono previsti altri 28,4 (32 miliardi).

La preferenza del consumatore per altri prodotti non è dovuta anche a problemi di prezzo? «Credo di poterlo escludere. Secondo un'indagine condotta recentemente da una grande cooperativa è stato accertato che a parità di quantità un prodotto analcolico costa il 19% in più del vino e la birra ben il 35%.

Resta però il fatto che oggi anche voi aumentate i prezzi dei listini? «È vero, ma i prezzi erano fermi dal novembre del 1980, quindi da oltre un anno. In ogni caso gli aumenti attuali sono insufficienti a coprire i costi del conferimento e della distribuzione, in perenne corsa verso l'alto.



Buon Natale!... Buon Anno!... Tanti Auguri!...  
con  
**Gran Spumante Gancia**  
"da dessert"  
Vino spumante di qualità da uve aromatiche

# La parola al vero cuoco della «Grande abbuffata»

Ve lo ricordate quel personaggio barbuto che andava pedalando e urlando, su un vecchio biciclo in una delle sequenze finali di «Signori e Signore»? Quello stesso personaggio che fa la parte dell'invalido, confidente del Commissario Pepe?

È Giuseppe Maffioli, padovano, 56 anni, barbuto, imponente, buona forchetta, scontroso. «Fin da ragazzo ha dimostrato un spiccato interesse per tutto ciò che riguarda cucina e teatro» è scritto nella nota biografica di uno dei suoi libri di cucina. Come attore cinematografico ha al suo attivo circa quaranta film, come esperto di cucina parecchi libri, e ricette inventate da lui o riscoperte. Certo non poteva prevedere che a recitare, in primo piano, sarebbero stati i suoi piatti, inventati e confezionati con le sue mani. È successo nella «Grande abbuffata», il film di Ferreri, dove ha avuto a disposizione la cucina di uno dei più famosi ristoranti di Parigi. Si è messo a impastare, condire, cuocere, guarnire. Sono venuti fuori quei piatti enormi protagonisti tanto loro quanto Tognazzi, Ferreri e gli altri. Quei budini tremolanti, sensuali, violacei, con la ciliegina, e poi i piatti dell'«sporco troiano» il porco infarcito di maialini, uno dentro l'altro come nelle scatole cinesi. E nitre, e dolci, e tanto tantissimo pure. La grande abbuffata c'è stata veramente, dopo, finiti di recitare. Erano piatti squisiti, coperti alcuni dal ricettario di Carlo V e dei re più mangioni della storia. Ma la sua simpatia, da cuoco pratico e casalingo, è per il recupero dei cibi, il riciclaggio degli avanzati, la cucina povera. C'è un budino inventato da lui che chiama appunto budino riciclaggio.

«Tutti i dolci regionali natalizi più tipici — dice — sono fatti con ingredienti poveri, conservano la povertà perennemente. Il parroco di Pescera, servito da pan rosso, dario, rafferma, è una focaccia con mandorle ricoperta di cioccolato. Il pan giallo laziale, si metteva, un po' di saffrano e poi uvetta, ma era sempre pane. E spesso una cucina più che di recupero, di fantasia: gli struffoli, a Napoli, sono delle castagnelle di farina e miele

**Giuseppe Maffioli, che preparò gli enormi piatti per il film di Marco Ferreri parla dei dolci della cucina povera, quella che nasce con il riciclaggio degli avanzati**



Annibale Carracci: «Il mangiatore». Galleria Colonna, Roma.

fritte e poi legate insieme dal miele e sopra i diavoletti, i confettini argentati e altre rosette colorate. Un dolce molto antico, come i canariculi della Calabria sono bastoncini di pane, fritti nell'olio poi glassati con miele e colorati con i diavoletti. Lo stesso è per la gabana del Friuli, di pasta sfoglia, come la putizza e Trieste. Sono i frutti locali, fichi secchi, noci, avvolti in pasta sfoglia.

«Dove fantasia e povertà s'incontrano e in un risultato

culinario superiore è nella torta niccolotta. Oggi in vendita a prezzi altissimi nelle pasticcerie. È una torta tipica natalizia veneziana. Il nome deriva dal quartiere dei niccolotti, o mendicelli, il quartiere più povero della città abitato da pescatori. La torta niccolotta è fatta di pezzi raffermi di pane, messi a rinvenire nel latte e poi al forno, chi poteva condirla con uvetta e cedrini.

«Era una torta estremamente povera e di una povertà di genere di mare, non legata, nel

fundamento alimentare, alle stagioni, alla ritualità della campagna. Ne si rari momenti di respiro dalla fame pungente. La torta niccolotta è fatta con il latte, con il grasso di maiale, come molti altri dolci contadini della terraferma veneziana.

«Il 23 dicembre, secondo i vecchi calendari — dice Maffioli — era San Tomè, il porco per il pie. Si uccideva il maiale, che era proibito uccidere in Avvento e c'era lo strutto per friggere, per condire, ed era una grande festa. Si mangiava. Con il grasso di maiale si condivano i dolci, che poi erano anche salati, di gusto diverso da come intendiamo oggi. La torta puttana, del vicentino, è polenta e pane mescolati con grasso di maiale.

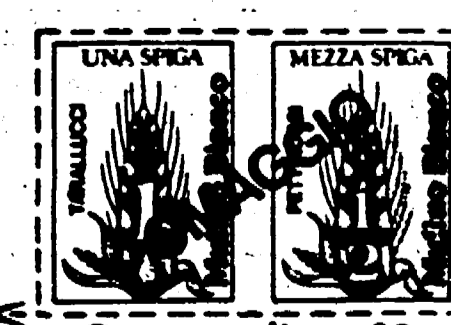
Ma la tradizione che più vive il senso al profumo nel Veneto è il Panevin, la pizza, polenta cotta nel brodo del maiale e arricchita di tutto ciò che c'è di dolce: uvetta, fichi, mele, cedrini ecc. A forma rotonda veniva avvolta in fogli di verza perché non bruciasse e messa a cuocere sotto i fagioli, fra la cenere. Insomma i contadini prendevano gli auspici guardando la direzione delle faville, secondo il rito magico, e pagano del Panevin. Bisognava consumare pinze di sette qualità, cotte da sette mani diverse perché l'anno nuovo sostanziale fosse un anno produttivo e abbondante. Nella tradizione convivono l'elemento di socialità, le sette famiglie diverse con le quali scambiarsi la pizza, e convivere altresì un aspetto sacrale. «Sono i sette giorni della creazione — dice Umberto Bernardi docente dell'università di Ca' Foscari — il pane e il vino della vite fusi nel fuoco che risuscita e vivifica».

Intorno al fagiolo si canta e si balla, ripetendo l'invocazione augurale «pancini... pancini». Se le faville dei roghi andranno ad occidente l'annata sarà buona, se andranno ad oriente sarà cattiva, e c'è da prevedere la carestia. «Se le faville andranno al garbano / prepara il carro per andare al mulino. Se le faville si dirigono a mattina / prendi ma il sacco e vai (a questura) farina».

Luciano Anseloni



# Un mazzetto di spighe per un Coccio.



Piatto e tazza in terra smaltata e decorata per fare colazione come una volta: è il più bel regalo del Mulino per chi apprezza le buone cose fatte con ricette semplici e ingredienti genuini. Sulle Fette biscottate, Pane Carré e Torte Mulino Bianco, son fiorite le spighe da raccogliere per avere il «Coccio».

Ce ne vogliono 30, anzi meno, perché una spiga e mezza puoi ritagliarla subito da questo annuncio. E quando avrai fatto il tuo mazzetto vieni al Mulino: il «Coccio» ti aspetta.

