

RITI DEL BERE: DIMENSIONI POLITICHE E DIPLOMATICHE DEL CONSUMO DI BEVANDE ALCOLICHE TRA ETÀ MODERNA E CONTEMPORANEA

Drinking Rituals: Political and Diplomatic Aspects/Dimensions of Alcohol Consumption Between the Early Modern and Contemporary Ages

Federico Chiaricati, Omar Mazzotti

DOI: 10.36158/sef6326a

Federico Chiaricati è assegnista di ricerca presso l'Università di Parma, dove è membro del gruppo di ricerca "Rethinking Made in Italy: il contesto sociale, economico e politico". La sua attività di ricerca si concentra sulla storia dell'alimentazione e sulle relazioni internazionali tra Italia e Stati Uniti durante la Guerra fredda. I suoi interessi di ricerca sono in particolare rivolti alla storia delle migrazioni italiane verso gli Stati Uniti e alla storia dell'alimentazione, tema sul quale ha pubblicato la monografia *Identità da consumare. L'alimentazione nelle comunità italoamericane tra interessi economici e propaganda politica (1890-1940)*, Viella, 2023. Ha inoltre condotto studi sulle politiche di genere legate alla sicurezza alimentare, sulle reti transnazionali di scienziati durante la Guerra fredda e sulla storia della violenza politica in Italia, con particolare attenzione alle origini del fascismo e alla giustizia di transizione.

Omar Mazzotti è ricercatore presso l'Università di Parma. Dottore di ricerca in storia economica e sociale presso l'Università L. Bocconi di Milano, insegna storia economica anche all'Università di Bologna, presso il Campus di Forlì. Il suo principale interesse di ricerca è la storia dell'agricoltura e la storia del settore alimentare e delle bevande. Recentemente ha pubblicato (con L. Maffi e S. Magagnoli) *Italian vermouth on the international market (1890-1960): a success story*, «Modern Italy», published online 2025, pp. 1-18. <https://doi:10.1017/mit.2024.57>.

Federico Chiaricati is a research fellow at the University of Parma, where he is member of the research group "Rethinking Made in Italy: the social, economic, and political context". His research is focused on food history and international relations between Italy and the United States during the Cold War. His research interests are particularly centered on the history of Italian migrations to the United States and food history, a subject on which he has published the monograph Identità da consumare. L'alimentazione nelle comunità italoamericane tra interessi economici e propaganda politica (1890-1940), Viella, 2023. He has also conducted studies on gender policies related to food security, the transnational networks of scientists during the Cold War, and the history of political violence in Italy, with a specific focus on the origins of fascism and transitional justice.

Omar Mazzotti is researcher at the University of Parma. PhD in economic and social history at L. Bocconi University in Milan, he also teaches economic history at the University of Bologna, at the Forlì Campus. His main research interest is the history of agriculture and history of food and beverage sector. Recently he published (with L. Maffi and S. Magagnoli) Italian vermouth on the international market (1890-1960): a success story, in «Modern Italy», published online 2025, pp. 1-18. <https://doi:10.1017/mit.2024.57>.

Già da qualche decennio la storiografia ha riconosciuto che le pratiche alimentari, per essere adeguatamente comprese, devono essere analizzate come elementi che intersecano diverse prospettive in costante rapporto dialettico, da quelle economiche a quelle politiche, sociali e culturali (Magagnoli 2017). In particolare, recenti

studi sulla diplomazia culinaria in Italia e nel mondo (Montanari 2021; Chapple-Sokol 2013) hanno messo in evidenza aspetti legati al gastronomismo (Parasecoli 2022) e al gastronazionalismo (DeSoucey 2010), o ai processi di *nation building* e *branding* intrinsecamente connessi al cosiddetto *labelling* territoriale e alle politiche sulle certificazioni (Clough 2015), nonché alla costruzione del concetto di *made in* (Head 1992; Gabaccia 1998; Magagnoli, Portincasa 2016; Belfanti 2019; Cinotto e Crisanti 2023; Cinotto e Iuli 2024; Dellapiana 2022) e delle tipicità locali così come le idee di *terroir* e *fengtu* (Ceccarelli, Grandi, Magagnoli 2013; Parker 2015; Xiao 2026). Le ricerche sulla gastrodiploazia (Rockower 2012; White, Barreda, Hein 2019; Li, Mok 2025) hanno inoltre interessato tanto il campo storiografico quanto quello della politologia e della sociologia, evidenziando ad esempio il crescente investimento economico e politico nel campo gastronomico da parte di numerosi Paesi dell'Estremo Oriente come strumento di *nation branding* (Aronczyk 2013; Wah Chan 2025) inserito in una più ampia strategia di diplomazia culturale.

Se il panorama generale sulla storia alimentare è molto ricco, gli aspetti specifici riguardanti il consumo di alcool conoscono da decenni una vasta letteratura che interseca la *business history* (Simpson 2011), la storia dell'agricoltura così come la più ampia storia politica di territori e Paesi a partire da quelli, come Francia e Italia, che da tempo sono stati riconosciuti centri fondamentali di produzione e consumo – nonché creazione di gusto – di bevande quali vino e liquori (Demossier 2001, 2016; Pitte, Gladding 2002; Vaquero Piñeiro, Tedeschi, Maffi 2022). Allo stesso tempo le reti transnazionali costituite da persone, merci e capitali hanno influenzato processi di cambiamento di prodotti alcolici nel tempo e nello spazio (Unwin 2002): un esempio, la cosiddetta epopea del vino in California (Cinotto 2012; Pinna 2023) e negli Stati Uniti (Vaquero Piñeiro, Maffi 2018).

Sulla base di questo complesso quadro storiografico, il numero monografico di «Storia e futuro» che andiamo a presentare si interroga sui diversi aspetti economici, politici, sociali e culturali che il consumo delle bevande alcoliche, in particolare del vino, ha avuto nelle società europee e americane in un arco temporale che parte dalla seconda metà del XVIII secolo e arriva fino ad oggi. I sei saggi che compongono questa parte monografica sono il risultato della rielaborazione di alcuni contributi presentati nel giugno 2025 alla decima edizione dell'*International Conference on Food and Drink Studies*, organizzata presso l'Università di Tours dallo European Institute for the History and Cultures of Food.

Il saggio di Jérôme Loiseau apre questo numero speciale focalizzandosi in particolare sul significato politico che il consumo di vino rivestiva durante i banchetti organizzati dagli Stati provinciali di Borgogna e Bretagna nel XVIII secolo. Attraverso fonti di varia natura, l'autore mostra come pasti e brindisi costituissero già a quell'epoca una forma di gastrodiploazia funzionale alla negoziazione tra il potere monarchico centrale e quello periferico delle élite locali. Lo studio mette così in discussione la visione di una monarchia assolutista rigidamente centralizzata, evidenziando la complessità delle dinamiche di potere locali e le modalità dialettiche di contrattazione, simboliche ed economiche tra chi formalmente deteneva il potere e chi ne era subalterno. La corte reale di Bruxelles nell'Ottocento è invece al centro del saggio di Peter Scholliers. Grazie alla considerevole mole documentaria degli archivi del palazzo reale belga, l'autore ricostruisce l'approccio adottato nei confronti del consumo di vino come bevanda in quanto tale e in rapporto al suo utilizzo simbolico in occasione delle cene ufficiali. L'articolo mostra come durante gli eventi istituzionali questa bevanda alcolica acquisisse una valenza allo stesso momento materiale e immateriale, assumendo un'influenza non trascurabile anche sulle relazioni di natura diplomatica.

Siamo di nuovo in Francia con il saggio di Olivier Jacquet, ma in questo caso ad essere analizzate sono le trasformazioni del mondo vitivinicolo francese all'inizio degli anni Trenta, attraverso lo studio della «Revue du vin de France». L'esame della carta dei vini e delle reti di attori coinvolti, nei processi di produzione e commercializzazione, ha permesso all'autore di mettere in evidenza l'affermarsi di un nuovo modello di promozione fondato sui vini a denominazione di origine. Il saggio evidenzia il ruolo congiunto di produttori, istituzioni, media e ambienti culturali nella costruzione di un discorso che valorizza la nuova concezione della denominazione di origine e il *terroir*. In un'ottica più specificamente transnazionale, il saggio di Federico Chiaricati si occupa del ruolo del consumo di bevande alcoliche nella costruzione dell'identità etnica italiana negli Stati Uniti nella prima metà del XX secolo. Analizzando pratiche quotidiane, rituali sociali e strategie imprendi-

toriali, il contributo mostra come vino e alcolici abbiano rappresentato strumenti di coesione comunitaria e di affermazione simbolica, mentre emerge il ruolo primario degli imprenditori vinicoli e della comunicazione pubblicitaria sui giornali etnici.

Gli ultimi due saggi di questo numero monografico sono infine dedicati specificamente al contesto italiano. Il contributo di Benedetta Maria Crivelli, Luciano Maffi e Omar Mazzotti analizza il ruolo delle micro-pratiche di ospitalità nella costruzione della vita pubblica nell'Italia contemporanea attraverso lo studio specifico del rituale del “vermouth d'onore” tra Ottocento e metà del Novecento. Gli autori indagano il rapporto tra modernità e tradizione e il significato simbolico del consumo di beni materiali, interpretando la cerimonia del vermouth d'onore come un rituale capace di esprimere gerarchie sociali, valori istituzionali e pratiche di accoglienza all'interno di specifici contesti sociali. Infine, le implicazioni politiche del consumo di bevande alcoliche durante i banchetti istituzionali italiani tra XIX e XX secolo sono al centro del saggio di Stefano Magagnoli e Beatrice Toti. In particolare, emergono i dispositivi di *soft power* e gastrodiplomazia legati al consumo di vermouth, champagne e liquori. Affiora un quadro complesso, nel quale si intrecciano dinamiche politiche, economiche e culturali all'interno del lungo processo di costruzione nazionale che percorre la storia italiana tra monarchia, fascismo e repubblica.

Riferimenti bibliografici

Aronczyk M.

2013 *Branding the Nation. The Global Business of National Identity*, New York, Oxford University Press.

Belfanti C.M.

2019 *Storia culturale del Made in Italy*, Bologna, il Mulino.

Blowen S., Demossier M., Picard J.

2001 *Recollections of France. Memories, Identities and Heritage in Contemporary France*, New York-Oxford, Berghahn Books.

Ceccarelli G., Grandi A., Magagnoli S.

2013 *Typicality in History. Tradition, Innovation and Terroir*, Bruxelles, Peter Lang.

Chapple-Sokol S.

2013 *Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds*, «Hague Journal of Diplomacy», n. 8.

Cinotto S.

2012 *Soft Soil, Black Grapes: the birth of Italian winemaking in California*, New York-London, New York University Press.

Cinotto S., Crisanti G.

2023 *Un oceano di stile. Produzione e consumo di made in Italy negli Stati Uniti del dopoguerra*, Udine-Milano, Mimesis.

Cinotto S., Iuli C.,

2024 *Transatlantic Modern Consumerisms: Italian Goods and Commercial Cultures in Postwar America*, «Italian American Review», n. 1.

Clough E.

2015 *The Politics of Food Labelling and Certification*, in Herring (ed.).

Colquhoun A., Graf K. (eds)

2026 *Food Beyond Terroir. Tasting Place and Placing Taste in Global Perspective*, New York-Oxford, Berghahn.

Dellapiana E.

2022 *Il design e l'invenzione del Made in Italy*, Torino, Einaudi.

Demossier M.

2001 *Culinary heritage and produits de terroir in France: food for thought*, in Blowen, Demossier, Picard (eds).

2016 *The Politics of Heritage in the Land of Food and Wine*, in Logan, Craith, Kockel (eds).

DeSoucey M.

2010 *Gastronationalism: Food traditions and Authenticity Politic in the European Union*, «American Sociological Review», n. 3.

Gabaccia D.R.

1998 *We are what we eat: ethnic food and the making of Americans*, Cambridge (MA), Harvard University Press.

Head D.

1992 *Made in Germany. The Corporate Identity of a Nation*, London, Hodder & Stoughton.

Herring R.G.

2015 *The Oxford Handbook of Food, Politics and Society*, Oxford, Oxford University Press.

Li G., Mok K.

2025 *More than two decades of gastrodiploacy: a review of the concept, current characteristics, and future trends*, «Frontiers in Political Science», n. 7.

Logan W., Craith M.N., Kockel U.

2016 *A companion to Heritage Studies, First Edition*, Hoboken, John Wiley & Sons.

Magagnoli S., Portincasa A.

2016 *Made in Emilia-Romagna. Produzione e consumo alimentare tra frugalità e abbondanza*, «E-Review», n. 4.

Magagnoli S.

2017 *Le frontiere della Food History. Storia sociale, storia economica, storia culturale*, «Storia Economica», n. 2.

Montanari M.

2021 *Cucina politica. Il linguaggio del cibo fra pratiche sociali e rappresentazioni ideologiche*, Roma-Bari, Laterza.

Parasecoli F.

2022 *Gastronativism: Food, Identity, Politics*, New York, Columbia University Press.

Parker T.

2015 *Tasting French Terroir. The History of an Idea*, Berkeley, University of California Press.

Pinna P.

2023 *La valle del vino. Un secolo di presenza italiana in California 1850-1950*, Roma, Viella.

Pitte J.R., Gladding J.

2002 *French Gastronomy: The history and Geography of a paggion*, New York, Columbia University Press.

Rockower P.S.

2012 *Recipes for gastrodiploacy*, «Place Branding and Public Diplomacy», n. 3.

Simpson J.

2011 *Creating Wine: The Emergence of a World Industry 1840-1914*, Princeton, Princeton University Press.

Unwin T.

2002 *Storia del vino. Geografie, culture e miti*, Roma, Donzelli.

Vaquero Piñeiro M., Maffi L.

2018 *The Diffusion of Italian Wine in the Unite States (1861-1924)*, «Revista Iberoamericana de viticultura, agroindustria y ruralidad», n. 15.

Vaquero Piñeiro M., Tedeschi P., Maffi L.,

2022 *A History of Italian Wine: Culture, Economics, and Environment in the Nineteenth through Twenty-First Centuries*, New York, Palgrave Macmillan.

Wah Chan Y.

2025 *Foodways, Social Sustainability and the Multiscalar Foodscape in Asia*, «Food, Culture and Society», Special Issue, n. 4.

White W., Barreda A.A., Hein S.

2019 *Gastrodiplomacy: Captivating a Global Audience Through Cultural Cuisine – A Systematic Review of the Literature*, «Journal of Tourismology», n. 2.

Xiao K.

2026 *Shifting Wind, Eternal Earth. Lapsang Souchong, a Foreign Fengtu Comes Home*, in Colquhoun, Graf (eds).

