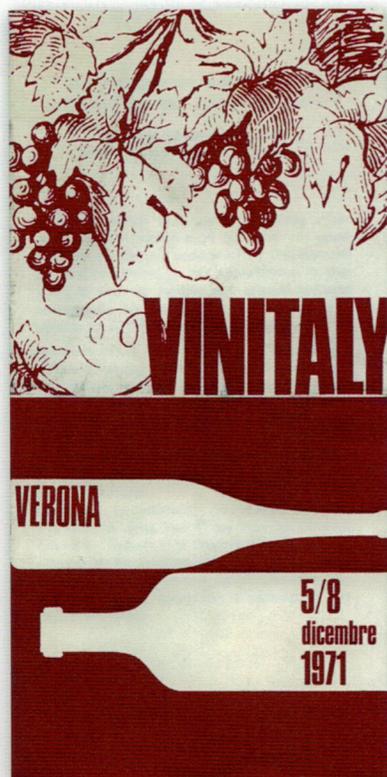


Dalla damigiana alla bottiglia griffata

From demijohns to
branded bottles

di Anna Di Martino



1971. La locandina dell'edizione dal 5 all'8 dicembre

The poster of the edition held 5-8
December

Dalla damigiana alla bottiglia griffata, da alimento a emozione, da commodity a bevanda cult, da succo d'uva a bandiera del made in Italy nel mondo: 50 anni di storia in 15 tappe.

In attesa del Vinitaly. Primi anni Sessanta: il vino è in tutte le case, voce familiare dell'economia domestica, come il latte o il pane. L'Osservatorio del vino che ci accompagnerà con le sue medie di periodo, un decennio dopo l'altro, ha calcolato un consumo di ben 90 litri pro capite, un'enormità al confronto dei 35 litri e mezzo di oggi. La fiasca di vino è convivialità, ma anche e soprattutto compagna energetica del lavoro in campagna di quell'Italia contadina che Mario Soldati ha dipinto nel suo viaggio lungo lo stivale. Siamo negli anni della mezzadria e della coltura promiscua (viti, ulivi, ortaggi tutti assieme appassionatamente). Le vigne superano di poco il milione di ettari, la produzione raggiunge i 65,7 milioni di ettolitri e le esportazioni sono un nonnulla: poco più di 2 milioni di litri, circa il 3% del totale.

Rare le vigne specializzate. I pochi controlli mirano essenzialmente a evitare lo zuccheraggio. La percezione del valore del vino è praticamente sconosciuta. Quando nel 1964 arriva la legge che dà lo stop alla mezzadria (a partire dal 1974), non cambia in meglio. Anzi. Succede che i grandi proprietari terrieri che fino a quel momento si erano disinteressati delle loro campagne, limitandosi a riscuotere parte della produzione e la percentuale di utili prevista dal contratto di mezzadria, di colpo, si ritrovano con il cerino in mano, costretti a confrontarsi con gestione diretta e costi di produzione.

Morale: in breve tempo senza alcuna riflessione e tanto meno attenzione a questioni idrogeologiche o al paesaggio, cominciano a spuntare vigne ovunque: la scelta dell'uva non è però legata al modello di produzione e si pianta per piantare, scegliendo le tipologie più produttive in cerca di reddito veloce. Un andazzo deleterio.

Vini senza nome e grandi commercianti. In quei tempi il dominio del mercato era in mano ai grandi commercianti di vini

From demijohns to branded bottles, from foodstuff to emotion, from commodity to cult drink, from grape juice to the flagship of Made in Italy around the world: 50 years of history in 15 stages.

Waiting for Vinitaly. Early 1960s: wine was to be found in every house as a common in the family budget as milk or bread. The Wine Observatory that will accompany us with its averages for the period, decade after decade, calculated consumption of as much as 90 litres per capita – an enormity compared to 35 litres today. Wine in a straw-covered bottle meant conviviality but also and especially calories for work in the fields of that rural Italy which Mario Soldati described on his journey around the country.

They were the years of share-cropping and disorganised farming (vines, olive and vegetables all together without distinction). Vineyards came to just over one million hectares, producing 65.7 million hectolitres of wine but very little in the way of exports: just over 2 million litres, about 3% of total.

Specialised vineyards were rare. The few controls implemented basically sought to prevent adding sugar (chaptalisation). There was virtually no perception of the value of wine.

When the law was passed in 1964 bringing share-cropping to an end (as of 1974), things didn't improve. Quite the opposite. What happened was that the great landowners – until then largely uninterested in their land-holdings, preferring simply to collect their share of production and percentage of profits as envisaged in share-cropping contracts – suddenly found themselves holding a lighted match in being obliged to manage business and production costs in first person.

The moral of the story? in a very short time and without much thought and even less attention to hydrogeological or landscape issues, vineyards began to spring up everywhere: the grapes chosen were not linked with the production model and vines were planted for the sake of planting, favouring the most productive types in search quick income. A very deleterious approach.

1967. Alla Fiera dell'Agricoltura il presidente del Consiglio Aldo Moro, consegna il Premio Nazionale di agricoltura. A destra seduto il deputato veronese Guido Gonella, vicepresidente della Camera

Italian Prime Minister Aldo Moro presenting the National Agriculture Award. Right, seated: Verona MP, Guido Gonella, Vice President of the Chamber



da tavola, bianchi e rossi senza nome, che arrivavano nelle osterie in damigiane o in bottiglioni con il tappo a corona. Tra gli operatori più grandi Ferrari, Zonin, Anselmi, Cecchi, Fabiano, Candido, Sartori, Chiarli, Pasqua, Ruffo, Gotto d'oro, Castellino Bertolli, Spalletti, Paladin fino ai Folonari, la più importante famiglia del vino all'epoca, quella del fiasco di Chianti e del Vino quotidiano nel vuoto a rendere, anche proprietaria della Ruffino. Una delle poche «marche di lusso» a quei tempi, assieme a Bertani, Zenato, Fazi Battaglia, Barone Ricasoli, Quintarelli, Santa Margherita, Rivera, Leone de Castris, Bruno Giacosa o ancora Bolla

con il suo famoso Soave, una stella sul mercato statunitense, vino adorato dai divi del cinema.

Potenza di fuoco la dinastia bresciana dei Folonari. Tra le tante proprietà possedevano anche quattro stabilimenti in Puglia, situati strategicamente accanto alla ferrovia, da dove partivano vagoni cisterna di vino verso il nord. «Quel vino faceva diventare rosso il bianco emiliano e dava aiuto al Chianti e a tanti vini del nord Italia» ricorda sorridendo Ambrogio Folonari che ha guidato poi la Ruffino negli anni in cui ha primeggiato sul mercato, invidiata da tutti.

Nelle trattorie si preferivano i bianchi.

Nameless wines and major traders. In those days, the market was dominated by major dealers handling red and white table wines without names delivered to inns in demijohns or large bottles with crown caps. The big names were Ferrari, Zonin, Anselmi, Cecchi, Fabiano, Candido, Sartori, Chiarli, Pasqua, Ruffo, Gotto d'Oro, Castellino Bertolli, Spalletti and Paladin through to Folonari, the most important wine family of the times, famed for Chianti in straw flasks and table wine in returnable bottles which also owned Ruffino. It was one of the few "luxury brands" in those days, alongside Bertani, Zenato, Fazi Battaglia, Barone Ricasoli,



1972. L'esposizione del Concorso Enologico permanente in Fiera
The permanent Wine Competition display in the Exhibition Centre

Mostra-catalogo vini a D.O.C.

Per celebrare la quinta edizione delle Giornate del Vino Italiano, ma soprattutto per dare un completo panorama della più tipica e pregiata produzione vinicola di tutte le regioni italiane, la Fiera di Verona organizza una Mostra-catalogo dei vini a denominazione di origine controllata.

Col patrocinio del Ministero dell'Agricoltura e Foreste, con la collaborazione delle Istituzioni regionali competenti, delle Camere di Commercio e dei Consorzi di difesa, un padiglione del quartiere fieristico è stato appositamente predisposto per ospitare e presentare i vini a D.O.C. Questa eccezionale rassegna campionaria dell'élite enologica italiana lascerà una testimonianza viva nel tempo con la pubblicazione di un volume che la Fiera curerà e distribuirà in Italia e all'estero.

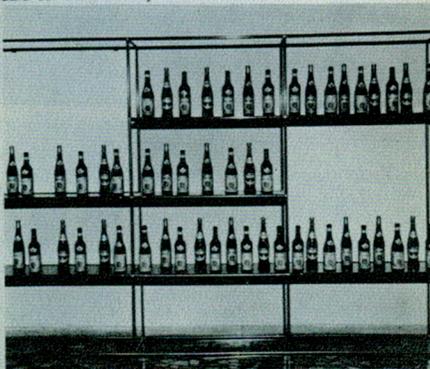
La Mostra-catalogo ha esclusivamente finalità informative e propagandistiche; pertanto essa è stata ordinata con criteri espositivi di assoluta imparzialità ed uniformità. Le indicazioni per regioni di produzione e quelle riferenti ai vini a D.O.C. e alle Case espositrici sono pure realizzate in una unica formula grafica, identica per tutti.

La Fiera di Verona mette a disposizione dei partecipanti alla Mostra-catalogo dei vini a D.O.C. scaffalature metalliche tubolari in acciaio cromato, a due o tre ripiani, che costituiscono le unità espositive standard: ogni unità ha le dimensioni di m 1,00 di base × m 0,50 di altezza e m 0,40 di profondità, con un ripiano in laminato plastico sul quale possono

essere collocate 24 bottiglie al massimo, per ogni Azienda. L'unità espositiva è bifacciale a tutti gli effetti. Le Ditte partecipanti devono mettere a disposizione della mostra le bottiglie per l'esposizione ed un congruo numero di pieghevoli descrittivi della propria produzione, anche sotto il profilo viticolo, oltre che enologico e gastronomico.

Tutti i nominativi delle Ditte partecipanti alla Mostra-catalogo dei vini a D.O.C. verranno gratuitamente pubblicati nel Catalogo Ufficiale della Mostra.

(Nella foto, particolare della scaffalatura per l'esposizione-standard dei vini a D.O.C.).



1971. Brochure illustrativa per la partecipazione alle attività delle Giornate del Vino Italiano, Vinitaly, alla quinta edizione
Illustrated brochure detailing the activities of the fifth Italian Wine Days, Vinitaly



1973. Incontro su "Il vino italiano nel mercato comune". In piedi il presidente della Fiera Luciano Dal Falco, a sinistra l'assessore veneto all'Agricoltura Giulio Veronese, a destra il ministro delle Partecipazioni Statali Carlo Ferrari Aggradi e il sindaco di Verona Carlo Delaini

Meeting to discuss "Italian wine in the common market". Standing: Luciano Dal Falco, President of VeronaFiere, Giulio Veronese, Veneto Regional Councilor for Agriculture, Carlo Ferrari Aggradi, Minister for State Equity Holdings, and Carlo Delaini, Mayor of Verona



1972. Nella centralissima Via Mazzini uno stendardo promozionale del Vinitaly con "Ingresso gratuito"
Banner promoting Vinitaly with "free entrance" in Verona's central Via Mazzini

Molto gettonati il Verdicchio di Fazi Battaglia con la sua bottiglia ad anfora, il Gavi di Gavi La Scolca di Giorgio Soldati o ancora il Pinot grigio: la magnifica creatura della Santa Margherita dei conti Marzotto. Creato nel 1960, vinificando in bianco le uve ramate del vitigno, il Pinot grigio Santa Margherita sbarcherà negli Usa venti anni dopo, diventando presto il primo vino best seller non americano sopra i 19 dollari nella storia Usa, ed è tuttora uno dei vini italiani più conosciuti del mondo.

Galeotta fu la legge... Nel 1963 la legge sulla denominazione di origine

Quintarelli, Santa Margherita, Rivera, Leone de Castris and Bruno Giacosa, not to mention Bolla with its famous Soave, a star on the US market and the wine adored by film stars.

The firepower of the Folonari dynasty based in Brescia. Among its many properties, the family also owned four factories in Apulia, strategically located next to the railway that was used to ship tanker-waggon of wine northwards. "That wine was used to turn white from Emilia red and helped boost Chianti and many other wines from northern Italy," recalls Ambrogio Folonari with a smile who was at the helm of Ruffino in over



cambia il corso del vino e offre lo spunto alla Fiera di Verona (nel cui DNA c'è pane e uva) per la creazione di una manifestazione dedicata al vino, il futuro Vinitaly (di cui si parla in questo libro). Il primo provvedimento nazionale che ha disciplinato le produzioni vitivinicole di qualità, ha anche gettato il seme di quell'abbraccio tra il vino e il suo territorio, che è andato crescendo nel tempo, determinando la scoperta qualitativa di aree diverse e una generale consapevolezza della qualità, unicità e vocazione dello straordinario vigneto Italia. Le prime doc prendono il largo nel

the years when – envied by one and all – it dominated the market. White wine was preferred in ordinary restaurants. Verdicchio by Fazi Battaglia in its amphora-shaped bottle was very popular, as well as Gavi di Gavi by Giorgio Soldati Gavi or even Pinot Grigio: the magnificent creation of Santa Margherita owned by the aristocratic Marzotto family. Founded in 1960, making white wine from the variety's copper-coloured grapes, Pinot Grigio by Santa Margherita arrived in the USA twenty years later, becoming the first non-American best seller costing over \$19 dollars in US

1972. Un incontro sui temi della politica comunitaria: in piedi il presidente della Fiera Luciano Dal Falco, alla sua destra il Commissario europeo all'Agricoltura l'italiano Carlo Scarascia-Mugnozza

A meeting to discuss EU policies: standing: the President of Veronafiere, Luciano Dal Falco; on his right, the European Commissioner for Agriculture, Carlo Scarascia-Mugnozza



1975. Visitatori agli stand
Visitors on stands

1966. Gli apripista? Vernaccia di San Gimignano, Brunello di Montalcino, Ischia, Frascati, Bianco di Pitigliano, Est Est Est di Montefiascone, Barbaresco, Aprilia, Barolo, Vino Nobile di Montepulciano. L'anno dopo tocca al Chianti classico, il Gallo Nero, che ha festeggiato nel 2016 i suoi tre secoli di vita.

L'avvio delle doc non fila liscio. L'impianto della legge suscita anche le forti critiche di Luigi Veronelli, il giornalista filosofo e critico rigoroso che tanto ha fatto per il mondo del vino italiano. Il maestro picchia duro a difesa dei vignaioli a suo giudizio poco protetti e valorizzati da quella norma che invece favorisce il coté industriale del mercato. La caduta del prezzo del vino in alcune zone e la presa di posizione dei viticoltori più coraggiosi che decisero di produrre i nuovi vini al di fuori delle denominazioni, gli daranno ragione.

Supertuscan e bianchi friulani. Le novità smuovono il mercato. Complice

history and still today one of the most famous Italian wines in the world.

It all started with a law... In 1963, the "denomination of origin" law changed the course of wine and offered Veronafiere (having bread and grapes in its DNA) an ideal opportunity to create an event dedicated to wine, the future Vinitaly (as discussed throughout this book). The first national measure regulating quality wine production also sowed the seed that grew into a bond between wine and its territory, which strengthened constantly over time, resulting in the qualitative discovery of different areas and a general awareness of the extraordinary quality, uniqueness and vocation of Vineyard Italy.

The first DOC wines made their debut in 1966. The forerunners? Vernaccia di San Gimignano, Brunello di Montalcino, Ischia, Frascati, Bianco di Pitigliano, Est Est Est di Montefiascone, Barbaresco, Aprilia, Barolo and Vino Nobile di Mon-



1974. Sui portoni della Bra, in centro a Verona, lo stando del Vinitaly
The City Gates in Piazza Bra, in the centre of Verona, with the Vinitaly banner

Giacomo Tachis, l'enologo padre di vini cult che ha gettato il seme della crescita qualitativa di tanti territori, parte la rivoluzione dei supertuscan.

A Bolgheri, Tachis affianca Mario Incisa della Rocchetta, papà del Nicolò oggi alla guida della tenuta San Guido, e crea nel 1968 il mito inossidabile del Sassicaia; nel Chianti, con Piero Antinori, firma il Tignanello superstar: "il vino da tavola" sbarcato sul mercato nel 1974, in contrapposizione con l'allora disciplinare del Chianti classico, che ha dato il la alla rinascita dell'enologia toscana (e non solo) e ha cambiato il corso della Marchesi Antinori, oggi prima azienda vitivinicola privata italiana, ammirata griffe del made in Italy.

Negli anni successivi il concorso di altri supertuscan porterà la regione alle stelle. Solaia di Antinori, Ornellaia e Masseto dei Frescobaldi (fuoriclasse al vertice delle quotazioni internazionali), Siepi del Castello di Fonterutoli, Flaccianello di Fontodi, Pergole torte di Montevertine, Fontalloro di Felsina, Vigna d'Alceo del Castello di Rampolla, Apparita del Castello di Ama, Cepparello di Isole Olena, Galatrona di Petrolo, Vigorello di San Felice: solo alcune delle etichette che negli anni '80 e '90 hanno fatto della regione e del suo paesaggio un'icona ammirata nel mondo, sigillo sulla qualità dei suoi grandi rossi.

Ai bianchi d'autore pensa invece il Friuli Venezia Giulia. Ad aprire le danze è Mario Schiopetto con quel Tocai che molti anni dopo sarà costretto a chiamarsi Friulano. E poi Marco Felluga, pioniere dei vini del Collio, fascinoso angolo del Friuli dai tanti spasimanti: come Livio Felluga, i fratelli Venica, Manlio Collavini, Silvio Jermann, Josko Gravner. Va da sé che in altre parti d'Italia non si stava a guardare.

tepulciano. A year later it was the turn of the Chianti Classico area and its Black cock symbol, then celebrating three centuries of life.

Launching the DOC system was not without setbacks. The law was severely criticised by Luigi Veronelli, the philosopher-journalist and strict critic who did so much for the world of Italian wine. He spoke out forcefully in defence of wine-makers who, in his opinion, received little protection and encouragement from regulations favouring industrial aspects of the market.

Falling wine prices in certain areas and the stance taken by more courageous wine-maker deciding to produce new wines outside the denomination scheme, proved him right.

Super Tuscans and white wines from Friuli. New products shifting the market. The Super Tuscan revolution began thanks to the involvement of Giacomo Tachis, the oenologist behind cult wines who sowed the seed of qualitative growth in many terroirs.

Tachis teamed up in Bolgheri with Mario Incisa della Rocchetta, father of Nicolò today at the helm of Tenuta San Guido, to create the timeless legend of Sassicaia in 1968; in Chianti, with Piero Antinori, he developed the superstar Tignanello: "the table wine" was first marketed in 1974, in opposition to the Chianti Classico regulations of the times that had inspired the rebirth of oenology in Tuscany (and elsewhere) and changed the course of Marchesi Antinori, today the leading privately-owned Italian wine-making company and an admired Made in Italy brand.

In the following years, other Super Tuscans joined the fray to ensure star-status for the region. Solaia by Antinori, Ornellaia and Masseto by Frescobaldi (at the



1982. Il sindaco di Verona, Gabriele Sboarina con i vertici di Sopena, l'agenzia francese per la promozione vinicola e alimentare nel mondo

The Mayor of Verona, Gabriele Sboarina, with top management of Sopena, the French agency for the promotion of food and wine around the world

top of international prices), Siepi by Castello di Fonterutoli, Flaccianello by Fontodi, Pergole Torte by Montevertine, Fontalloro by Felsina, Vigna d'Alceo by Castello di Rampolla, Apparita by Castello di Ama, Cepparello by Isole Olena, Galatrona by Petrolo and Vigorello by San Felice: just some of the labels in the 1980s and 1990s that turned the region and its landscape into an icon admired all over the world, the seal of quality for its great reds.

Friuli Venezia Giulia, on the other hand, developed "designer whites". Mario



1977. Lo stand degli Stati Uniti d'America / The stand of the United States of America

Aglianico, Lambrusco e grandi coop.

In Campania la famiglia Mastroberardino ha fatto la storia dell'agricoltura campana, varcando le frontiere già nell'Ottocento, valorizzando i vitigni autoctoni, aprendo la strada alla miriade di aziende che oggi popolano la regione. L'ingresso della maison campana nell'atlante dei vini del mondo arriva con la vendemmia 1968 del suo Taurasi Radici, Aglianico superbo, leggenda ancora oggi ricercata dai collezionisti di tutto il mondo.

Sempre nel 1968 esplose il fenomeno Lambrusco. La Banfi dei fratelli John Junior e Harry Mariani lancia negli Stati Uniti il vino frizzante, colorato, con 7 gradi di alcol e tappo a vite creato dall'enologo Ezio Rivella per la cooperativa Riunite, perfetto per gli americani abituati a bere fuori pasto. Nell'arco di due anni Banfi piazza un milione di casse da 12 bottiglie. In un decennio moltiplica le vendite per 12, facendo da traino a tutti i produttori di Lambrusco che nel 1980 mandano in Usa la bellezza di 25 milioni di casse. "È stato un successo senza precedenti, che ha dato il la alla conquista del mercato americano", racconta Rivella, che non dimentica però "i soliti snob che in Italia si vergognavano per la maggiore notorietà di questi vini-bevanda rispetto ai vini più titolati".

Lambrusco a parte, che per buona pace

di tutti dopo 50 anni continua a essere uno dei vini più diffusi in Italia e all'estero, gli Stati Uniti di quegli anni registrano anche il successo di Ruffino, Ricasoli, Antinori (con il taglio bordolese del Tignanello conquista la critica e ispira altre produzioni), Bolla, Mastroberardino, Collavini, Livio Felluga e ancora Corvo di Salaparuta che porta per la prima volta

Schiopetto got things going with his Tocai, that many years later had to add "Friuliano" to its name. And then came Marco Felluga, the pioneer of Collio wines made in an enchanting corner of Friuli admired by many: such as Livio Felluga, the Venica brothers, Manlio Colvini, Silvio Jermann and Josko Gravner. It goes without saying that other parts of Italy weren't standing on the by-lines.

Aglianico, Lambrusco and the large cooperatives. The Mastroberardino family in Campania has written the history of the region's agriculture, crossing borders as early as the 1800s, promoting native vines and paving the way for the myriad of companies today active in the area. Mastroberardino made its debut in atlas of world wines with the 1968 vintage of its Taurasi Radici, a truly superb, legendary Aglianico still sought after by collectors around the world.

The Lambrusco phenomenon also exploded in 1968. Banfi – owned by brothers John Jr. and Harry Mariani – launched in the United States the colourful, sparkling, low-alcohol wine with a screw cap created by oenologist Ezio Rivella for Cooperative Riunite – ideal for Americans accustomed to drinking between meals. In just two years, Banfi



1983. L'Enoteca di Vinitaly / Vinitaly Wine Store



1975. Convegno promosso da ministero dell'Agricoltura e dall'Istituto per il commercio estero sulla campagna promozionale a favore del vino in Inghilterra e in Germania
Conference promoted by the Ministry of Agriculture and the Institute for Foreign Trade for a campaign promoting wine in England and Germany



1975. Tra gli stand anche le forze dell'ordine / *Law and order among the stands!*



1975. Il ministro dell'Agricoltura Giovanni Marcora interviene a un convegno a Vinitaly / Agriculture Minister Giovanni Marcora speaking during a conference at Vinitaly



1975. Padiglioni e stand affollati / Crowded halls and Pavilions



1977. Lo stand della Regione Sardegna / The Sardegna Region stand

il vino siciliano in Usa, grazie ancora a Rivella, cui si deve anche il successo che hanno riscosso a quei tempi i bianchi morbidi e piacioni dei Castelli Romani. Insomma tanta roba bolle in pentola a cavallo tra i Sessanta e i Settanta.

Nel 1961 la famiglia Ziliani firma il primo Franciacorta e farà della Guido Berlucchi la maggiore azienda dell'unico territorio che è riuscito a dare il proprio nome al suo vino, come nella Champagne.

Nel 1965 a Milano nasce l'Associazione italiana sommelier.

Nel 1968 prende le mosse quella che diventerà la maggiore azienda vitivinicola italiana. Si chiama Winefood, compra le cantine Lamberti, Calissano, Melini, Fontana Candida, allora in difficoltà e 18 anni dopo si trasformerà nel Gruppo italiano vini (oggi in pancia a Cantine Riunite & Civ). "Lo scopo del gruppo era di racchiudere in un'unica società le denominazioni italiane, passando dal vino da tavola ai 'vini fini' e acquisendo all'estero una maggiore forza competitiva", racconta Emilio Pedron che ne è stato a lungo il regista e oggi guida la Bertani Domains del gruppo farmaceutico Angelini.

sold a million 12-bottle cases. In the course of a decade, sales multiplied by 12, paving the way for all Lambrusco producers who in 1980 shipped an amazing 25 million cases to the USA. "It was an unprecedented success, that set the conquest of the American market in motion," said Rivella, who does not forget "the usual snobs in Italy who were ashamed of the success of this easy drinking wine compared to more famous products."

Lambrusco aside, that for everyone's peace of mind is still one of the most popular wines in Italy and abroad after 50 years, the United States in those years also saw success for Ruffino, Ricasoli, Antinori (its Bordeaux-style Tignanello was acclaimed by critics and inspired other products), Bolla, Mastroberardino, Collavini, Livio Felluga and even Corvo di Salaparuta that for the first time exported Sicilian wine to the USA, thanks once again to Rivella, who was also behind the success at the time of the soft, agreeable Castelli Romani white wines.

There were plenty of things going on

between the Sixties and the Seventies. In 1961, the Ziliani family marketed the first Franciacorta that turned Guido Berlucchi into the leading company in the only territory that has managed to give its name to its wine, just like Champagne. The Italian Sommelier Association was founded in 1965 in Milan. What was to become the largest Italian wine-grower took its first steps in 1968. Winefood bought out struggling wine-producers Lamberti, Calissano, Melini and Fontana Candida and 18 years later became Gruppo Italiano Vini (today part of Cantine Riunite & CIV). "The purpose of the group was to bring Italian denomination wines together in a single company, ranging from table wine to 'fine wines' and become stronger and more competitive abroad," says Emilio Pedron at the helm for some considerable time and now in charge of Bertani Domains owned by pharmaceutical group Angelini.

In those years, the cooperative movement had already won significant space. To mention only the top 5 coops on the market, Emilia already boasted Riunite (the future number one) while Trentino had Cavit and Mezzacorona, the leaders in their region. In 1963, the Cevico Group set up for business in Romagna and Caviro in 1966, whose offspring Tavernello was later to become Italy's largest grape producer and top player in the retail field.

The renaissance in wine cellars, vineyards and abroad. Lifestyles in the 1970s were much more urban. There was less need for calories but consumption rather than falling actually increased to 94 litres per capita. Vineyards by now totalled 1.2 million hectares and production came to more than 72 million hectolitres. While there was so much quantity, sadly it was largely for blending



1974. Il ministro dell'Agricoltura Antonio Bisaglia con il presidente della Fiera Luciano Dal Falco e l'on. Roberto Prearo componente della commissione Agricoltura della Camera dei deputati

Minister of Agriculture Antonio Bisaglia with the President of Verona Fiere Luciano Dal Falco and Hon. Roberto Prearo, member of the Parliamentary Agriculture Committee

In quegli anni il movimento cooperativo ha già conquistato spazi notevoli. Per fermarsi alle 5 maggiori coop del mercato, in Emilia sono già in pista le Riunite (futura numero uno) e in Trentino Cavit e Mezzacorona, da allora leader nella loro regione. Nel 1963 apre bottega in Romagna il Gruppo Cevico e nel 1966 tocca alla Caviro, futura mamma del Tavernello, maggiore produttore italiano di uva e primo attore della gdo.

Il Rinascimento in cantina, tra le vigne, oltre frontiera.

Negli anni Settanta lo stile di vita è più cittadino. Il bisogno di calorie diminuisce, ma non cala il consumo che sale a 94 litri pro capite. Gli ettari a vigna diventano 1,2 milioni, la produzione supera i 72 milioni di ettolitri. C'è tanta quantità, peccato che si tratti in larga parte di vini da taglio di poco valore. In particolare Puglia e Sicilia diventano aree di produzione destinata ad arricchire prodotti più poveri di gradi, non solo in Italia. Per fortuna il mercato non è tutto qui.

Cresce il peso del vino imbottigliato sullo sfuso, si fanno spazio le bottiglie con etichetta, nascono aziende vitivinicole tecnicamente avanzate, c'è più rispetto per l'uva che arriva in cantina. Avanti nel tempo la conoscenza applicata alla tecnologia farà dell'Italia un punto di riferimento nei processi produttivi.

Esplodono le esportazioni: più 500%.

wines of little value. In particular, output in Apulia and Sicily was used to boost wines with insufficient alcohol levels – and not only in Italy. Fortunately, this was not the entire market.

Bottled wine began to expand over bulk products, bottles with labels also came to the fore, technically-advanced wineries came into being and there was more respect for grapes delivered to cellars. As time went by, knowledge applied to technology turned Italy into a landmark for production processes.

Export explosion: up by 500%. The renaissance of Italian wine got underway. Enoteca Pinchiorri was set up in Florence in 1973: the first venue where people could taste luxury wines by the glass. In Umbria, Giorgio Lungarotti, the reference entrepreneur in the region, created the Wine Museum in Torgiano. Carpené, Contratto, Ferrari, Gancia, La Versa, Antinori and Letrari founded the Italian Classic Method Sparkling Wine Institute. The Langhe district in Piedmont saw Angelo Gaja's first steps towards planetary success. In the Veneto, Sandro Boscaïni gave Amarone a more modern style, today one of the world's most famous Italian wines alongside Brunello di Montalcino and Barolo. The Frescobaldi family came to the fore in Tuscany, one of the top players on the market. In Franciacorta, the Moretti family founded Bellavista and Maurizio Zanella (Ca' del



1974. Macchinario per cantina
Wine cellar equipment