



1974. Filii Nazzaro assistente di Angelo Betti vicesegretario generale di Veronafiere, insieme durante una degustazione dell'Arciconfraternita italiana della vite e del vino

Filii Nazzaro - an historic member of Veronafiere's staff - with Angelo Betti, Vice Secretary General, during a tasting organised by one of the Italian Vine and Wine confraternities

Parte il rinascimento del vino italiano. A Firenze, nel 1973, nasce l'Enoteca Pinchiorri: primo luogo dove si assaggiano vini di lusso al bicchiere. In Umbria, Giorgio Lungarotti, imprenditore di riferimento della sua regione, crea il Museo del vino a Torgiano. Carpené, Contratto, Ferrari, Gancia, La Versa, Antinori, Letrari fondano l'Istituto Spumante italiano metodo classico. Nelle Langhe piemontesi prende le mosse il successo planetario di Angelo Gaja. Nel Veneto Sandro Boscaini regala un nuovo più moderno stile all'Amarone, oggi tra i vini italiani più conosciuti al mondo assieme al Brunello di Montalcino e al Barolo. In Toscana entra in scena la famiglia Frescobaldi, tra i maggiori player del mercato. In Franciacorta la famiglia Moretti fonda Bellavista e Maurizio Zanella (Ca' del Bosco) crea l'Anna Maria Clementi, riconosciuto vertice della denominazione. In Sardegna, terra fin lì di vini

Bosco) created Anna Maria Clementi, acknowledged at the peak of this denomination. In Sardinia, until then the homeland of bulk wines, Sella & Mosca made the first Vermentino.

Pioneers in New York and Montalcino. This was the time when Pino Khail joined the fray: the founder of magazine *Civiltà del bere* had a decisive impact in promoting Italian wine abroad and was the bond linking the top producers of the time he took by the hand and led around the world. In July 1977, in New York, Khail guided a handful of excited wine-makers starred in the first major tasting of Italian wines. When they set off, some of those pioneers didn't even know each other. When they came back, they were already friends.

1977 was also the year when Rivella arrived in Montalcino: his task was turn the Mariani brothers – made rich with Lambrusco – into producers of



1974. Contenitori in legno all'esposizione tecnologica di Vinitaly
Wooden containers on display at the technological show of Vinitaly

1975. Il giornalista enogastronomo Vincenzo Buonassisi mostra al ministro dell'Agricoltura Giovanni Marcora un articolo sulla rivista *Civiltà del bere*. Alle spalle di Buonassisi si intravede il direttore della rivista Pino Khail. A destra il presidente della Fiera Luciano Dal Falco

Wine and food journalist Vincenzo Buonassisi shows the Minister of Agriculture Giovanni Marcora an article in Civiltà del bere magazine. The editor of the magazine, Pino Khail, can be glimpsed behind Buonassisi. On his right, the President of Veronafiere, Luciano Dal Falco



sfusi, Sella e Mosca produce il primo Vermentino.

Pionieri a New York e a Montalcino. È questo il tempo in cui scende in campo Pino Khail: il fondatore della rivista *Civiltà del bere* ha avuto un peso determinante nella promozione del vino italiano all'estero ed è stato il collante dei maggiori produttori del tempo che ha preso per mano e portato in giro per il mondo.

Nel luglio 1977, a New York, regista Khail, un pugno di vignaioli emozionati è protagonista della prima importante degustazione di etichette italiane. Nel momento in cui sono partiti, alcuni di quei pionieri neppure si conoscevano. Al ritorno erano già amici.

Il 1977 è anche l'anno dell'arrivo di Rivella a Montalcino: ha il compito di far diventare produttori di Brunello i fratelli Mariani diventati ricchi con il Lambrusco. Le famiglie che hanno fatto la storia di quel territorio, Biondi Santi, Colombini (Fattoria dei Barbi), Padelletti, Galassi, Costanti, Franceschi, Angelini, Caetani Lovatelli, assistono a un investimento che supera i 100 milioni di dollari. In quattro anni Villa Banfi diventa la maggiore realtà produttiva dell'area. In quel momento la terra costa poco, ma il Brunello è già noto da fine Ottocento. Ha

Brunello. Families who have wrote the history of this district – Biondi Santi, Colombini (Fattoria dei Barbi), Padelletti, Galassi, Costanti, Franceschi, Angelini and Caetani Lovatelli – watched as an investment of more than 100 million dollars was implemented. In just four years, Villa Banfi becomes the leading producer in the area. At the time, land was not expensive even though Brunello had been well-known since the late XIX century. The area took its first steps thanks to Clemente Santi and became a myth with Ferruccio Biondi Santi and his Il Greppo estate. Montalcino moved up a gear in the 1980s and took off in the 1990s, came through the Brunello scandal in 2008 largely unscathed and continues to perform well.

Fiano d'Avellino, Nero d'Avola and Barolo. The 1980s saw continual market development, a broader offering of DOC wines and the appearance of the first DOCG products: *Vino Nobile di Montepulciano* earned the top label in 1980.

White wines from Campania exploded on the scene, making it the most important wine-producing region alongside Friuli: Mastroberardino with Fiano di Avellino and Greco di Tufo was the best-selling brand in the catering field.



1974. Il giornalista Mario Soldati alla prima assemblea dell'Arciconfraternita italiana che riunisce le confraternite del vino e alimentari

Journalist Mario Soldati at the first Assembly of the Italian Arch-Confraternity uniting Italian food and wine confraternities



1978. Veduta esterna del quartiere espositivo / Aerial view of part of the exhibition area



1980. La presentazione di Vinitalia a Mosca, iniziativa promozionale dei vini italiani in Urss. Il 1980 è l'anno delle Olimpiadi di Mosca boicottate dai Paesi Occidentali dopo l'invasione dell'Afghanistan da parte dell'Unione Sovietica
 The Vinitalia presentation in Moscow to promote sales of Italian wines in the USSR. 1980 was the year of the Moscow Olympics boycotted by Western countries after the invasion of Afghanistan by the Soviet Union



1980. Bottiglie di vini commercializzati in Usa e in Germania esposti allo stand della rivista *Civiltà del bere*: una protesta sul modo di affrontare i mercati esteri
*Bottles of wines sold in the USA and Germany displayed on the stand of *Civiltà del bere* magazine: a protest over the way international markets were tackled*



1980. Platea affollatissima al Convegno sui quattro principali mercati esteri del vino italiano: Canada, Germania, Inghilterra e Usa
Crowded audience at the conference focusing on four major international markets for Italian wine: Canada, Germany, England and USA

mosso i primi passi grazie a Clemente Santi, ed è diventato un mito con Ferruccio Biondi Santi, nella tenuta Il Greppo. Montalcino ingrana la marcia negli anni Ottanta, prende il volo nei Novanta, supera con pochi danni la Brunellopoli del 2008, continua a correre.

Fiano d'Avellino, Nero d'Avola e Barolo. Negli anni Ottanta prosegue lo sviluppo del mercato, cresce l'offerta di vini doc, arrivano le prime docg: nel 1980 il Nobile di Montepulciano conquista la

The new wave in Sicily saw two producers come to the fore: Corvo di Salaparuta and Tasca d'Almerita, the first wine-maker to believe in Nero d'Avola by producing the future Rosso del Conte in 1970. "A major boost for Sicily came when Diego Planeta was President of the Italian Vine and Wine Institute," says Lucio Tasca. Chapeau: friendship between competitors is hallmark of Sicily. Planeta, already at the helm of the Settesoli cooperative, brought experts to the island such as Attilio Scienza and



1981. Tra gli stand
In and around the stands

fascetta numero uno. Esplodono i bianchi della Campania che si afferma come la più importante regione produttrice assieme al Friuli: Mastroberardino con Fiano di Avellino e Greco di Tufo è il marchio best seller della ristorazione. Vento nuovo anche in Sicilia dove brillano due sole case: Corvo di Salaparuta e Tasca d'Almerita, la griffe che per prima ha creduto nel Nero d'Avola, producendo nel 1970 il futuro Rosso del Conte. «A dare grande impulso alla Sicilia, è stato Diego Planeta da presidente dell'Istituto italiano della vite e del vino» racconta Lucio Tasca. Chapeau: l'amicizia tra concorrenti è segno distintivo della Sicilia. Planeta, che era già alla guida della coop Settesoli, chiama

Giacomo Tachis, thereby promoting research. The determined work of important new players, such as the Rallo (Donnafugata) and Planeta families, entering the fray some years later, did the rest. And today, Sicily is a kaleidoscope of vocation areas even climbing up Mount Etna.

Important years even in Piedmont. The mistreated Barbera came to the fore again thanks to Giacomo Bologna and Barolo, in the Langhe region, was set to achieve full majesty. Traditionalists of the calibre of Bartolo Mascarello, Bruno Giacosa, Cesare Borgogno, Aldo and Giacomo Conterno, measured up with a more modern approach to handling Nebbiolo grapes. The leading figures

nell'isola esperti come Attilio Scienza e Giacomo Tachis, dando il via alla ricerca. La partecipazione convinta di nuovi importanti attori, come le famiglie Rallo (Donnafugata) e Planeta, scese in campo anni dopo, ha fatto il resto. E oggi l'isola è un caleidoscopio di terre vocate che si spingono fin sull'Etna.

Anni importanti anche in Piemonte. La bistrattata Barbera sale sugli altari grazie a Giacomo Bologna e nelle Langhe il Barolo si appresta a diventare sua maestà. Tradizionalisti del calibro di Bartolo Mascarello, Bruno Giacosa, Cesare Borgogno, Aldo e Giacomo Conterno, si confrontano con un più moderno modo di trattare il vitigno Nebbiolo. Protagonisti i Barolo Boys, come il New York Times battezzò i più giovani produttori delle Langhe da Elio Altare a Domenico Clerico, a Roberto Voerzio, per citarne alcuni.

Ferrari, Turriga, Galestro, ma calano i consumi. Siamo ancora negli anni Ottanta e in ogni dove il vino annuncia il suo futuro. In Umbria prende il largo uno dei primi bianchi di alta qualità e capacità di invecchiamento: è il Cervaro della Sala, creatura di Renzo Cotarella, enologo e amministratore delegato della Marchesi Antinori, manager di peso sul mercato. In Sardegna la famiglia Argiolas, sfodera il Turriga curato da Tachis e diventa un faro dell'enologia isolana. In Trentino i Lunelli creano la riserva del fondatore Giulio Ferrari: caposaldo di una storia spumantistica d'eccellenza. Nelle Marche i Bernetti moltiplicano le potenzialità della produzione regionale dominata dal Verdicchio, valorizzando il Rosso Conero. In Toscana spopola il Galestro, inventato dal poker Antinori, Frescobaldi, Ricasoli, Ruffino per utilizzare le uve di Trebbiano che non entravano più nella composizione del Chianti: idea geniale che ha riempito le casse delle cantine produttrici al di là delle più rosee previsioni. In Alto Adige, sulla spinta della San Michele Appiano e del suo winemaker Hans Terzer, parte



1980. Tra gli stand. / In and around the stands.



1981. Lo stand della Regione Lazio
The stand of the Latium Region

were the Barolo Boys, as the New York Times called the younger producers in the Langhe area such as Elio Altare, Domenico Clerico and Roberto Voerzio to name but few.

Ferrari, Turriga and Galestro... but consumption was falling. We are still in the nineteen-eighties and everywhere wine announced its future. One of the first high quality white wines capable of longer ageing emerged in Umbria: Cervaro della Sala, the brainchild of Renzo Cotarella, oenologist and Managing Director of Marchesi Antinori and an imposing figure on the market. In Sardinia, the Argiolas family unleashed Turriga – developed by Tachis – to become a beacon of the island's oenology. In Trentino, the Lunelli family created the Reserve wine dedicated to founder Giulio Ferrari: the cornerstone of a history of sparkling wine excellence. The Marches saw the Bernetti family expand the potential for regional production dominated by Verdicchio by promoting Rosso Conero. In Tuscany, Galestro became a best-seller after being "invented" by Antinori, Frescobaldi, Ricasoli and Ruffino as a way to use Trebbiano grapes no longer including in the composition of Chianti: a very clever idea that earned these wineries more than even their most optimistic expectations. Cooperative wine-makers came to the fore in Alto Adige, in the wake of San Michele Appiano and its winemaker Hans Terzer: becoming today the highest peak for production by the Italian cooperative system.

Meanwhile, exhibitions also multiplied. They included the Wines of Italy Tasting Bench promoted by Lungarotti in 1983, which for the first time made awards through a jury also comprising journalists. This intuition by the entrepreneur from Umbria was a kind of incubator for the birth of wine guides following in the footsteps of doyen Veronelli.

Yet a major problem was also making its appearance: the fall in consumption (74 litres per capita, down by 20%)



1981. Il ministro dell'Agricoltura Giuseppe Bartolomei (a sinistra) all'inaugurazione del Vinitaly. A fianco il giornalista Pino Khail e il segretario generale della Fiera Angelo Betti
 Minister of Agriculture Giuseppe Bartolomei (left) during the inauguration of Vinitaly.
 Side: journalist Pino Khail and the Secretary General of Veronafiere, Angelo Betti



1984. Il ministro del Lavoro Gianni De Michelis (a destra) in visita agli stand
 Minister of Labour Gianni De Michelis (right) visiting stands



1980. Convegno sui quattro principali mercati esteri del vino italiano: Canada, Germania, Inghilterra e Usa
 Conference focusing on four major international markets for Italian wine: Canada, Germany, England and USA



1980. Tra gli stand / In and around the stands



1980. Acquisti di vini con il carrello all'Enoteca di Vinitaly / Wine purchases in trolleys in the Vinitaly Wine Store

l'affermazione delle cantine sociali: oggi la punta più alta della produzione del sistema cooperativo italiano.

Nel frattempo si moltiplicano le mostre. Tra queste il Banco d'Assaggio dei vini d'Italia promosso da Lungarotti nel 1983, affida per la prima volta la scelta dei premi a una giuria composta anche da giornalisti. Un'intuizione dell'imprenditore umbro, che ha fatto da incubatrice alla nascita delle guide enologiche, seguite alla decana di Veronelli.

Comincia il problema dei problemi: il calo dei consumi (74 litri pro capite, meno 20%) piega il mercato interno. Anche la produzione (69 milioni di ettolitri), dimagrisce del 4%: non è abbastanza per evitare la temuta sovrapproduzione, tarlo che non ha più smesso di preoccupare il mercato. In controtendenza l'export: sale di oltre il 18%, ma si ferma di colpo.

Dallo scandalo maledetto al rosso superstar. «Qui non si vende vino italiano» scrivono a caratteri cubitali le botteghe statunitensi nel 1986, dopo lo scandalo del metanolo. Gentaglia che lavorava vino sfuso aveva usato metanolo per aumentare la gradazione del vino. Un disastro dalle conseguenze drammatiche, che ha colpito il mercato nel momento in cui il vino stava perdendo i panni di alimento per vestire quelli del piacere. In linea con una prassi tipicamente italiana, a stalla vuota arrivano i provvedimenti per rendere più efficaci prevenzione e repressione delle sofisticazioni alimentari. Il crollo dei consumi interni è violento. Il mercato estero è fermo, quando, d'improvviso, tutto cambia.

Un bel giorno del 1991, in Usa, la popolare trasmissione televisiva *Sixty minutes*, racconta di un paese a sud della Francia nel quale era stato registrato un livello di malattie cardiovascolari più basso della media. Qual era il segreto, dal momento che i suoi abitanti avevano abitudini alimentari molto simili a quelle dei cittadini americani? Il vino rosso ricco di resveratrolo, sostanza che ha anche un'azione protettiva nei confronti delle malattie cardiovascolari. Boom! In men che non si dica, il cosiddetto paradosso francese cambia la percezione del vino

had a massive impact on the domestic market. Even production (69 million hectolitres) fell back by 4%: it was no longer enough merely to avoid over-production, a concern that never ceased to worry the market. Exports went against the trend: after growth of 18%, there was an abrupt halt.

The appalling scandal involving the superstar red. A block capital notice "We do not sell Italian wine here" appeared in US shops in 1986 in the wake of the methanol scandal. Criminals processing bulk wine had used methanol to increase its alcohol content. A disaster with the dramatic consequences which hit the market at a time when wine dropping its role as a foodstuff to focus more on pleasure. In line with a typical Italian practice, regulatory measures arrived after the horse had bolted to make prevention and elimination of food adulteration more effective. The slump in domestic consumption was violent. The foreign market was at a standstill when, all of a sudden, everything changed.

One fine day in 1991, the popular US television programme *Sixty Minutes* focused on a town in the South of France where lower than average levels of cardiovascular disease had been recorded. What was the secret, since local people's eating habits were very similar to those of American citizens? Red wine rich in Resveratrol, a substance that also provides protective action against cardiovascular disease. Boom! In next to no time, the so-called French Paradox changed the perception of wine – and red wine in particular became an elixir of long life. In Italy, prices for the most vocational areas skyrocketed, producers of red wine sold their entire stocks and everyone looked forward to a golden decade.

Come to think of it, the methanol scandal was the coup de grace for a kind of wine hardly in keeping the new lifestyle models and accelerated a trend that was moving consumers towards choosing wines made by well-known and consequently safer brands.

The value of brand, the impact of exports and new protagonists. The Nine-



1981. Lo stand dell'Associazione vini veronesi
The Veronese Wine Association stand



1980. L'attore Fabio Testi, con alla sua destra il giornalista Vincenzo Buonassisi, partecipa a una tavola rotonda su grandi e piccoli produttori di vini. Testi ha un'azienda vicino al Lago di Garda

Actor Fabio Testi, with journalist Vincenzo Buonassisi on his right, taking part in a round table discussing large and small wine producers. Testi owns a company near Lake Garda

1981. Acquisti con il carrello all'Enoteca
Purchases with trolley in the Wine Store



e quello rosso in particolare diventa l'elisir di lunga vita. In Italia i valori delle zone più vocate vanno alle stelle, le case produttrici di rosso svuotano le cantine, si prepara un decennio d'oro.

A ripensarci, lo scandalo del metanolo ha dato il colpo di grazia a una tipologia di vino poco coerente con i nuovi modelli di vita, accelerando una tendenza che stava indirizzando il consumatore verso la scelta di vini prodotti da marche note e quindi più sicuri.

Il valore del brand, il peso dell'export, nuovi protagonisti. Anni Novanta: il consumo pro capite scende a 56 litri.

L'export tocca i 14,2 milioni di litri e diventa sempre più essenziale nei programmi di sviluppo dell'imprenditore. Le aziende investono nella viticoltura specializzata, puntando sulle varietà del proprio territorio, patrimonio di cui finalmente si prende atto. La commercializzazione poggia sul brand e sulle denominazioni. Nuove norme rendono obbligatorie le analisi chimico-fisiche del prodotto. Sono regole che accrescono l'importanza del viticoltore. Quelli bravi fanno un vino «buono, pulito e giusto», come prescrive il neonato movimento Slow food, fondato da Carlin Petrini. Il consumo comincia a condizionare il

teen-Nineties: per capita consumption fell to 56 litres. Exports came to 14.2 million litres and became increasingly vital in business development programmes.

Companies invested in specialised wine-growing, focusing on local varieties as a finally acknowledged and important heritage. Marketing was based on brands and denominations. New regulations make physical and chemical analysis of products mandatory. And these regulations enhanced the importance of wine-growers. The good ones make "good, clean and fair wine", as required by the fledgling Slow food movement



1981. Tra gli stand
In and around the stands



1981. Lo stand delle Cantine Pasqua di Verona / *The Cantine Pasqua di Verona stand*



1981. Il ministro dell'Agricoltura Giuseppe Bartolomei (al centro) in visita a uno stand di vini della Bulgaria
Agriculture Minister Giuseppe Bartolomei (centre) visiting the Wines of Bulgaria stand



1981. Tra gli stand / In and around the stands



1984. Lo stand della Giacobazzi con il lambrusco in lattina con la quale l'azienda modenese tentò lo sbarco in massa sul mercato americano, sullo stile Coca Cola
The Giacobazzi stand with the Lambrusco in cans that the Modena-based company tried to launch Coca-Cola style on the mass American market



1985. Il sottosegretario all'Agricoltura, Giuseppe Zurlo (a destra), in visita al Faial, il salone dell'agroalimentare che si tiene in contemporanea con Vinitaly
Undersecretary for Agriculture, Giuseppe Zurlo (right), visiting the Faial, the agro-food show held in conjunction with Vinitaly