

# Civiltà del bere

1974 **50** ANNIVERSARIO 2024

La rivista italiana di vino  
e cultura gastronomica

€ 10,00

Cinquant'anni di storia del vino

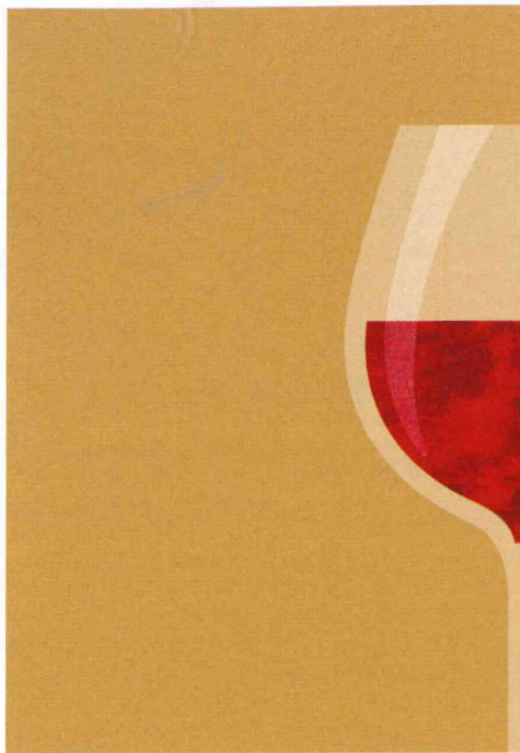
1



## IL RINASCIMENTO ENOLOGICO ITALIANO

**BAROLO 2020** e **BARBARESCO 2021** in anteprima • I 60 anni del **COLLIO VITIGNO** in **ETICHETTA** sì o no • **MERCATI** Bilancio 2023 • **L'OLIO** nuovo  
Dal Belgio la **BIRRA TRIPEL** • Viaggio nella **MATERIA PRIMA**





Guardate un chiodo d'iva. Nella sua lamina, fredda, l'incisione di un ciclo, che in qualche modo raccoglie la storia dell'uomo: lunghe fatiche e lunghe stagioni, i ritmi del sole e dell'acqua, il miracolo - ancora oggi - della pignone, della fermentazione, della nascita del vino, cura, spreco, attesa e infine la felicità di poterne gustare, davanti a una bottiglia gemma, alzata e vuota. Pare, che non ci sia stato un tempo, nella storia, in cui il vino sia stato, come nel nostro, a tanto prezioso e tanto sufficiente di tecnica e di produzione, a tanta importanza nel **capitale**, negli usi della tavola, nel quadro di una bilancia economica. Spinta positiva verso la qualità. Ciononostante, in questo fatto che le sollecitazioni, le forti contro cui giustamente si è gridato e si grida, che si devono combattere senza fiaccarsi e senza sottomettersi, sono anche l'altra faccia, la faccia negativa di un fenomeno, di una spinta per altre cose, diversamente possibile. C'è una ricerca del **vino**, che significa una **qualità**. Si immagina a volte come per più che gli sforzi di chi si adopera e combatte per produrre questo vino merita una **considerazione** e **adeguata remunerazione**. Sono sempre più numerosi - una minoranza che cresce, che prova, speriamo, non sarà soltanto alle - coloro i quali osano volutare, apprezzare, scegliere un buon vino - fanno il professionista di un pranzo riuscito, alle oneste occasioni, alla tavola di un ristorante che si rispetti. Perché una voce nuova, una parola di **indie** si occupano anche di **scrivere del vino** e le pubblicazioni che ne trattano in modo specifico sono molte, di vario indirizzo e campo. E tuttavia c'era forse bisogno di una voce nuova: vogliamo le ragioni. Non si può fare a meno, quando si pubblica il numero una anno prima di un qualsiasi lavoro di alta stampa, non si può fare a meno di dedicare le proprie intenzioni e le proprie credenziali, anche se in verità ciò che conta, il lavoro di base, va ricostruito nel contesto di tutti gli scatti, nella continuità del colloquio con i lettori. Perché dunque **Civiltà del bere**? La tavola è più un sogno. Non intendiamo la presenza del vino sulla tavola come un momento di civiltà. Il gusto la civiltà della vita, delle nostre radici materiche, un modo di rimanere legati a una storia, a una **tradizione**, a un carattere. Perché grasso? Non per chi osi "loggere" in una hostilia la sua vicenda, i suoi legami con l'ambiente naturale e umano. E quando parliamo di vino parliamo, naturalmente, di tutto il ciclo a cui si è accennato prima, al ciclo dei **potillati**, anche ad altre forme che hanno preso nella nostra alimentazione e nella nostra vita. Approvati umanistici, impalpabili e ambiziosi. Brattino, questo modo umanistico di considerare il ciclo del vino e del bere non si ferma - se abbiamo chiara intenzione - ad una affermazione astratta, a una **considerazione puramente letteraria**, per quanto elevata e prelibata. Sarà una **partecipazione all'idea**, invece, ai problemi del vino e del bere: problemi continui, gravi, perché le idee sono continue, Arcaici da creare e rigenerare. Ma proprio per questo, prima di occupare ai grandi temi del nostro impegno, vogliamo chiarire le premesse che sono quelle di un'isolata **indipendenza** di qualsiasi interesse particolare, in qualsiasi forma possa presentarsi: e quella di un **isolato**, ma **fratello** ricerca di **prestigio** e di **filia** sul piano giornalistico, sul piano dell'esperienza e della tecnica professionali commerciali. A chi si rivolge **Civiltà del Bere** Quasi sono i nostri capofila e ne sono garanti, prima di tutto, i nomi dei nostri collaboratori, che troverete sfogliando **Civiltà del Bere**. Abbiamo, naturalmente, agli amici, che credono nelle nostre premesse e intralvano il nostro con noi, senza velo. Questa pubblicazione si rivolge tanto ai responsabili del settore del bere, in sede politica, tecnica, amministrativa, quanto agli operatori, a tutte le categorie di operatori che si raccolgono in varie associazioni: tanto agli **appassionati** quanto ai consumatori in un **livello** che non può non essere comune. Alla categoria di operatori, in particolare, **Civiltà del Bere** arriverà inviata non da noi, ma da alcuni produttori che hanno ricambiato ubi e tutti la battaglia della qualità: questa è l'unica intesa reale e lecita. Non ci batteremo per la qualità, senza ripiarci per nessuno, a vantaggio di tutti coloro che hanno la stessa idea. Nessun altro **impegno**, nessuna **condizione**. Rifflettete puntati ai grandi temi del settore. Al vino che si trovano in posizioni responsabili, per tutto il settore del bere, invitiamo, in particolare, che intendano affrontare i problemi del loro lavoro, con il più grande, il più scottante, con l'intento di mettere in luce come avviene, di nulla nascondere e nulla trascurare: non certo per intenzioni **scandalistiche** ma per contribuire ad un bene comune. Agli operatori, in particolare, dovremmo che arrivino le nostre **idee**, le nostre **inchieste**; ma ci guardiamo bene dal volere interferire nella loro vita associativa. Di creare legami, problemi organizzativi. Vogliamo la loro simpatia, la loro collaborazione in quanto a noi, più di altri, potremmo farci sapere quali sono le battaglie da svolgere per il bene di tutti, ci potremmo fare argomenti, combattere teorie, mettere le spirito migliore per affrontare ogni questione. Ci piacerebbero dunque ai grandi temi della produzione, della distribuzione, del consumo, che sono gravi, lo ripetiamo, sempre più complessi. Affiliati, a volte opinioni. In questo senso pensiamo che ci sia spazio e necessità di una nuova **voce** e saremo di tutto perché la nostra sia adeguata al momento, all'evoluzione delle cose: con la trascrizione dell'altra parte in **onore** con personaggi e ambienti, **rubriche** informative, tecniche, qualche **colloquio** nel mondo delle fantasie **creative**.

## La rivoluzione ha creato un prodotto intellettuale

Il Rinascimento del vino italiano inizia con Sassicaia, Tignanello e altri Supertuscan  
 › Il Galestro e l'ascesa del Pinot grigio › Le tensioni tra tradizionalisti e Barolo boys e i contributi stranieri › Lo scandalo del metanolo › I territori vocati alle uve autoctone



di Cesare Pillon

**Civiltà del bere** compie 50 anni e in questo mezzo secolo il vino italiano si è trasformato da alimento a buon mercato in prodotto di culto, simbolo di un raffinato stile di vita. La rivista ha perciò potuto seguire passo passo questo processo evolutivo, nato in Toscana ma di portata epocale e perciò conosciuto come Rinascimento del vino italiano.

### Il pioniere Sassicaia

Gli viene attribuita una data di nascita precisa, il 1978. Fu quell'anno che a una degustazione cieca dei 34 migliori Cabernet Sauvignon del mondo, organizzata a Londra da **Decanter**, ch'era allora la più autorevole rivista enologica del mondo, si era classificato primo un vino toscano pressoché sconosciuto anche in Italia, il **Sassicaia**, sbaragliando perfino i mostri sacri del Bordolese e cogliendo tutti di sorpresa. Quel clamoroso successo diede il via a un'autentica rivoluzione, imponendolo come modello: esso era nato infatti al di fuori degli schemi ufficiali, dalle intuizioni del marchese **Mario Incisa della Rocchetta**, che lo aveva realizzato con le uve di un vitigno bordolese non comune in Toscana, il Cabernet Sauvignon, da lui stesso impiantato 30 anni prima nella Maremma bolgherese, e lo aveva fatto maturare in barrique un quarto di secolo prima che la piccola botte in rovere del Massiccio Centrale francese entrasse nelle Cantine italiane.

IN APERTURA la nostra rivista ha seguito il processo evolutivo che ha portato il vino italiano a diventare il simbolo di un raffinato stile di vita © V. Fovi



DALL'ALTO IN SENSO ORARIO il vigneto dove nacque il mito del Sassicaia, grazie all'intuito di Mario Incisa della Rocchetta (nella foto con il figlio Nicolò); artefice del grande rosso toscano fu l'enologo Giacomo Tachis, che all'epoca lavorava per il marchese Piero Antinori



Ad apprezzare quel vino così innovativo era stato Luigi Veronelli, che il 14 novembre 1974, raccontando su *Panorama* quanto lo avesse entusiasmato il suo assaggio, convinse il marchese Piero Antinori, nipote di Incisa, a commercializzarlo anche se era un semplice vino da tavola che costava più di quelli a Doc. Sembrava un'impresa impossibile, ma grazie alla degustazione alla cieca di *Decanter* le vendite di Sassicaia fecero un balzo eccezionale: in pochi anni la produzione di quel vino, messo a punto dall'enologo di casa Antinori, **Giacomo Tachis**, passò dalle 6 mila bottiglie scarse del 1972 a 130 mila, per il 60% vendute all'estero.

### Il Tignanello e l'avvento dei Supertuscan

L'affermazione del Sassicaia spinse **Piero Antinori** ad avviare sulla strada di un analogo rinnovamento il suo prodotto principale, il Chianti Classico, cominciando col fargli abbandonare la formula elaborata da Bettino Ricasoli oltre un secolo prima, che imponeva l'uso di uve a bacca bianca insieme a quelle a bacca nera. È da quella iniziativa che scaturì un vino radicalmente diverso, il **Tignanello**. Ma per Antinori, esponente d'una famiglia che della tradizione del Chianti era un simbolo, sviluppare quell'iniziativa non fu facile. Gli ci vollero 12 anni, otto versioni intermedie e un intervallo di quattro anni di meditazione per passare dal timidamente ritoccato Chianti Classico Riserva Vigneto Tignanello 1970 Doc, con le uve bianche ridotte al minimo, maturato in barrique, e arrivare all'innovativo Tignanello 1982, semplice vino da tavola in cui erano state messe a punto le proporzioni del rivoluzionario connubio tra varietà autoctone e alloctone: 80% Sangiovese, 15% Cabernet Sauvignon e 5% Cabernet Franc.

Per non essere da meno anche l'etichetta, progettata dall'architetto Silvio Coppola, segnò l'inizio della rivoluzione che ha cambiato il packaging delle Case vinicole. Con il Tignanello era nato il più imitato di quei vini fuori norma che hanno sconvolto la storia enologica italiana con il nome di **Supertuscan**. Ne furono creati di varie tipologie: parecchi, ispirati al Sassicaia, ricavati da uve di varietà internazionali, alcuni dei quali, come Grattamacco, Ornellaia, Guado al Tasso, hanno cambiato il destino di Bolgheri; altri tratti invece da varietà autoctone: Sangiovese in purezza, come Fontaloro di Felsina e Sangiovese di Badia a Coltibuono, oppure Sangiovese in uvaggio, per esempio con Malvasia nera, come I Sodi di San Niccolò di Castellare di Castellina; e infine i blend di uve autoctone e alloctone, a immagine e somiglianza di Tignanello e Solaia, che è un Tignanello a percentuali invertite di Cabernet e Sangiovese, realizzato per la prima volta da Antinori nel 1978.



SOPRA il momento favorevole ai bianchi, a fine anni '70, consentì l'ascesa di zone vocate e produttori come Livio Felluga, in Friuli, e Alois Lageder, in Alto Adige

### La società cambia

Per valutare l'importanza dei Supertuscan, che essendo accolti all'estero come vini di pregio avrebbero trasformato l'export enologico in un fondamentale sbocco di mercato, bisogna tener presente che ciò avveniva mentre il Paese si stava industrializzando e nel trapasso dalla precedente economia agricola il consumo di vino diminuiva. Nella trasformazione della società erano cambiate le abitudini, lo stile di vita: il pasto di mezzogiorno aveva perso la sua centralità, era diventato per molti un rapido spuntino consumato fuori casa nella pausa pranzo, durante il quale non si beveva per non tornare assonnati al lavoro.

Si produceva più vino di quanto se ne consumasse e lo squilibrio non poteva essere eliminato perché era artificialmente congelato dagli aiuti della Comunità economica europea, che teneva in piedi la produzione eccedentaria finanziando lo stoccaggio dei surplus e la loro successiva distillazione a prezzi politici. Era una cura più dannosa della malattia, che invece di ridurre le eccedenze le aveva incrementate: non s'era previsto che qualche furbo avrebbe potuto produrre deliberatamente vino non per venderlo sul mercato ma per mandarlo alla distillazione agevolata, che offriva una remunerazione insoddisfacente ma la garantiva sempre, anche ai vini peggiori.

### L'avanzata di bianchi e spumanti

Intanto in Toscana, sul finire degli anni '70, i vigneti del Chianti Classico stavano facendo i conti con gli errori commessi nel momento più delicato della loro esistenza: il passaggio, imposto dalla riforma agraria, dalla coltura promiscua, curata dai mezzadri, alla monocoltura viticola delle aziende a conduzione diretta. Nel reimpianto, molti produttori avevano riservato ai vitigni a bacca bianca, Trebbiano e Malvasia, fino al 30% del terreno, percentuale massima dettata dal disciplinare della Doc ma per il vino. Quel 30%, già di per sé eccessivo, era diventato esagerato a causa della maggior resa

delle viti a bacca bianca rispetto a quelle a bacca nera, di cui non s'era tenuto conto.

Fortunatamente proprio in quel momento l'evoluzione delle abitudini alimentari aveva fatto crescere la domanda di vini bianchi, anche perché questi, abolendo la macerazione sulle bucce praticata fino allora, stavano diventando più freschi e leggeri. Si potevano quindi eliminare le uve che compromettevano la longevità del Chianti, e servirsene, insieme con Chardonnay o Pinot bianco, per realizzare un vino di moderna impostazione, giovane, poco alcolico (10,5% vol.), piacevolissimo: un bianco per l'estate che fu chiamato **Galestro**. Era esattamente ciò che il mercato cercava per il consumo quotidiano e il successo andò al di là di ogni aspettativa: diventò un bianco per tutte le stagioni, che nel 1993 avrebbe venduto addirittura 7,5 milioni di bottiglie. Ma il Galestro sarebbe poi scomparso, mentre un altro bianco di analoghe ambizioni ma di natura diversa, il monovarietale **Pinot grigio**, lanciato dall'azienda veneta **Santa Margherita** dei Marzotto con uve altoatesine, decollato anch'esso in quel periodo, conosce tuttora un successo mondiale.

Il momento favorevole per i bianchi consentì di mettersi in luce, nelle regioni più vocate, anche a vini di maggiore importanza grazie a produttori che avevano saputo realizzarli giovani e profumati senza mortificarne la personalità: **Mario Schiopetto**, **Marco Felluga** e suo fratello **Livio** in Friuli, per esempio, **Alois Lageder** in Alto Adige.

La propensione per i bianchi freschi e fruttati fece anche la fortuna dello spumante Metodo Classico. Favorito da una serie di cattive vendemmie che aveva messo in difficoltà lo Champagne, già penalizzato da un'Iva che colpiva i prodotti di lusso, lo spumante italiano, che tra le sue caratteristiche aveva quella di essere più giovanile del modello francese, conobbe un momento molto felice: ne fruiro marchi già affermati come **Ferrari** in Trentino, ma all'inizio degli anni '80 fu un'intera zona, quella di Franciacorta, a emergere clamorosamente fra i territori a vocazione spumantistica.



SOPRA barrique di Elio Altare, che sostiene l'uso della botte piccola per il Barolo; antiche bottiglie di Bartolo Mascarello, che contesta quella filosofia produttiva

### Una tentazione esorcizzata

Il seme gettato dalla rivoluzione in Toscana stava intanto germogliando anche nelle altre regioni del Paese: nessuna aveva il problema delle uve a bacca bianca, mentre tutte avevano interesse a valorizzare i cru vinificando in selezione i grappoli dei vigneti privilegiati, magari coltivandovi vitigni d'importazione, e a padroneggiare la gestione della barrique per affinare il vino. Tutte novità che suscitavano reazioni. Soprattutto nelle Langhe, in Piemonte, negli anni '80 la discesa in campo di una nuova generazione di produttori come **Elio Altare** decisi a realizzare dei Barolo *marketing-oriented* dal colore più intenso, dai profumi più fragranti, più morbidi al palato, creò vivaci tensioni con i tradizionalisti come **Bartolo Mascarello** che temevano lo snaturamento del loro vino più importante e famoso.

È grazie a quelle polemiche, tuttavia, che il Barolo ha finito per rinnovarsi senza tradire il proprio carattere. La tentazione più pericolosa, nelle Langhe, era quella di imitare il Tignanello miscelando al Nebbiolo uve di vitigni francesi per conferire a Barolo e Barbaresco un gusto internazionale che ne avrebbe facilitato le esportazioni. A esorcizzare quella tentazione nel modo più brillante fu **Angelo Gaja**, sospettato d'essere il portatore più pericoloso di quel virus, che reimpiantò a Cabernet Sauvignon un cru di Nebbiolo e ne chiamò il vino Darmagi ("che peccato!", in piemontese).

### Investimenti stranieri

Non è stato soltanto un passaggio generazionale a favorire il Risorgimento del vino italiano, c'è stata anche una mutazione antropologica dei produttori vitivinicoli, avvenuta laddove i vecchi vignaioli usciti dalla scena sono stati sostituiti da personaggi estranei al mondo agricolo che hanno acquisito le loro aziende. Tra loro parecchi stranieri, con investimenti di piccole o medie dimensioni. Con un'eccezione clamorosa: la **Banfi**, la più grande realtà di Montalcino, con 2.850 ettari di terreno, di cui 850 a vigneto, creata nei primi anni

'80, con l'aiuto di un enologo manager, Ezio Rivella, da due italo-americani, i fratelli John ed Henry Mariani, che l'hanno voluta nella zona d'origine di uno dei vini italiani di maggior pregio, il Brunello, per investirvi i guadagni realizzati importando negli Stati Uniti uno dei vini italiani di minor prezzo, il Lambrusco.

Il mondo enologico nazionale deve molto a personaggi venuti da altre esperienze. La Franciacorta è diventata una delle zone privilegiate di produzione spumantistica grazie anche al contributo di imprenditori e finanziari come **Giovanni Cavalleri**, **Albano Zanella** di Ca' del Bosco, **Vittorio Morretti** di Bellavista. **Marco Caprai**, figlio di un imprenditore del comparto tessile, ha portato al successo mondiale il Sagrantino di Montefalco, un vino umbro sconosciuto fino ad allora. E l'affermazione del Brunello di Montalcino su scala internazionale deve molto a **Giulio Consonno**, inventore di Prenatal, e al broker assicurativo **Gianfranco Soldera**.

### Una battuta d'arresto

Nel 1986 Il Rinascimento subì una brusca interruzione a causa dello scandalo del metanolo scoppiato in Piemonte. Alcuni produttori disonesti avevano scoperto come speculare sugli aiuti della Cee: bastava fabbricare con alcol e zucchero del vino artificiale dal costo così basso che avviandolo alla distillazione agevolata ci si poteva guadagnare sopra. Questi sciagurati non avevano esitato a sostituire l'alcol etilico con il pericoloso metilico, diventato improvvisamente a buon mercato perché detassato dal governo, ma il peggio è che, per guadagnare di più, una parte della loro Barbera velenosa non l'avevano avviata agli alambicchi di stato ma l'avevano imbottigliata e messa in vendita, provocando la morte di 19 persone e lesioni permanenti ad altre 23 (parecchi intossicati persero la vista).

Lo scandalo fu enorme, il contraccolpo durissimo: le esportazioni, che erano in crescita, crollarono. Ma l'indignazione provocata da quella sofisticazione vinicola, la più grave



DALL'ALTO IN SENSO ORARIO Banfi fu creata a Montalcino con gli investimenti di John ed Henry Mariani © P. Biava; antichi alberelli di Primitivo di Gianfranco Fino; Giacomo Bologna lanciò l'elegante Barbera Bricco dell'Uccellone

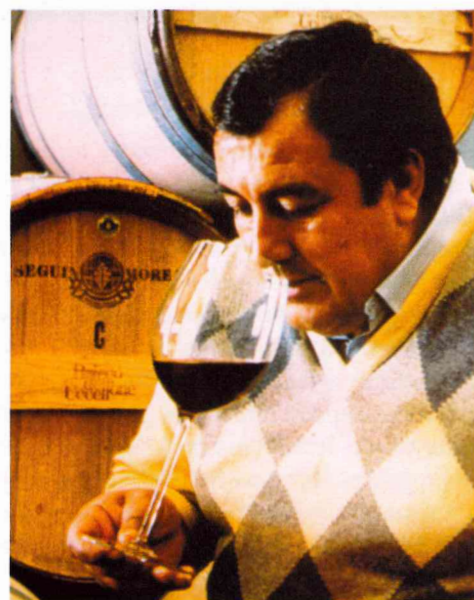
mai avvenuta in Italia, impresse una salutare accelerazione alla ricerca della qualità che ha consentito al vino italiano di conquistare il prestigio odierno. Un produttore piemontese, **Giacomo Bologna**, che aveva appena lanciato il Bricco dell'Uccellone, facendo scoprire la nobiltà a cui può giungere la plebea Barbera quand'è maturata in barrique, comprò una pagina di pubblicità sulla *Stampa* per proclamare: "Evviva la Barbera!".

### L'espressione autoctona

La ripresa ebbe luogo sulla strada indicata dai Supertuscan, ma questa volta il blend di vitigni autoctoni con varietà internazionali che aveva consentito a un fuoriclasse come il San Leonardo del marchese **Carlo Guerrieri Gonzaga** di affermarsi in Trentino, ha contribuito a mettere in luce la vocazione enoica di zone fino a quel momento ignorate o sottovalutate, come è avvenuto per i Colli salernitani con il Montevetrano di Silvia Imperato in Campania, per il Cirotono con il Gravello dei fratelli Librandi in Calabria, per la Maremma grossetana con il Saffredi di Elisabetta Gepetti. Ma il risultato più brillante per un vino italiano ottenuto da uve bordolesi lo ha raggiunto il **Masseto**, un Merlot in purezza nato a Bolgheri, che viene distribuito dalla Place de Bordeaux.

Alle prese con uno strumento come la barrique, che non sapevano ancora padroneggiare, parecchi produttori avevano creato vini che erano stati ironicamente definiti "da falegname", provocando per reazione un rifiuto sempre più diffuso per i vini con sapore anche vagamente boisé.

Le sperimentazioni in vigneto e in cantina sono state perciò indirizzate a individuare le potenzialità inesprese dei vitigni autoctoni. Per la verità, questa sperimentazione aveva già cominciato a farla Giacomo Tachis negli anni '80 in Sardegna, creando il **Terre Brune** a base di Cannonau per la Cantina sociale di Santadi e il **Turriga** partendo dal Carignano per gli



Argiolas. Portata avanti nei decenni successivi ha generato eccellenti risultati di varia dimensione, dal piccolo gioiellino pugliese Es, straordinario Primitivo del Salento prodotto da **Gianfranco Fino**, alle 209 aziende che sulle pendici dell'Etna traggono vini pieni di fascino dalle uve Nerello Mascalese e Nerello Cappuccio.

Ma il successo più imprevedibile del Risorgimento del vino italiano è quello ottenuto dimostrando che le bollicine del Prosecco, snobbate perché troppo pop, sono riuscite con la loro simpatia, evidenziata da una vinificazione più attenta al gusto contemporaneo, a far vendere più bottiglie dello Champagne.