

La cultura del vino nei valori della conoscenza storica e nelle strategie di mercato

SYMPOSION

The Culture of Wine within the Values of Historical Knowledge and the Marketing Strategies



The Culture of Wine within the Values of Historical
Knowledge and the Marketing Strategies

SYMPOSION

La cultura del vino nei valori della conoscenza storica e
nelle strategie di mercato

a cura di | edited by
Silvio Menghini

coordinamento editoriale | editorial supervision
Giulia Fiorini

ricerca iconografica | iconographic research
Giuseppina Carlotta Cianferoni
Giulia Fiorini

Firenze University Press
2012

SYMPOSION : La cultura del vino nei valori della conoscenza storica e nelle strategie di mercato
| The Culture of Wine within the Values of Historical Knowledge and the Marketing Strategies /
a cura di Silvio Menghini. – Firenze : Firenze University Press, 2012.

<http://digital.casalini.it/9788884531225>

ISBN 978-88-6655-112-6 (print)
ISBN 978-88-6655-122-5 (online)

FOTO DI COPERTINA: Kylix attica a figure rosse con banchettante (tondo interno). Pittore di Brigos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 490-480 a.C.

IN QUARTA DI COPERTINA: Onofrio Pepe, 2007, «Athena», bronzo, altezza cm 1,80.

TRADUZIONE | TRANSLATION
Lexis srl Firenze

PROGETTO GRAFICO | GRAPHIC DESIGN
Alberto Pizarro Fernández

FRONT COVER PHOTO: Attic kylix with red figures with banqueter (inner circle). Painter of Brigos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 490-480 b.C.

BACK COVER PHOTOS: Onofrio Pepe, 2007, «Athena», bronzo, altezza cm 1,80.

© 2012 Firenze University Press

Università degli Studi di Firenze
Firenze University Press
Borgo Albizi, 28, 50122 Firenze, Italy
<http://www.fupress.com/>

Printed in Italy

Sommario

Table of contents

- IX **Presentazione del volume** | Foreword
- I **Introduzione** | Introduction
Augusto Marinelli
- 5 **Vino e orizzonte mitico-rituale nel Mediterraneo antico** | Wine, Myth and Ritual in the Ancient Mediterranean
Paolo Scarpi
- 43 **La vite, il vino, l'archeologia. Una nota introduttiva** | Vine, wine, archeology. An introductory note
Giuseppina Carlotta Cianferoni
- 45 **La vite e il vino nel mondo antico** | Vine and wine in the ancient world
Giuseppina Carlotta Cianferoni
- 61 **Il Simposio** | The Symposium
Filomena Moscato
- 93 **Tradizione e innovazione nella storia della vitivinicoltura** | Tradition and Innovation in the History of Winegrowing
Paolo Nanni
- 117 **Cultura e mercati: il comportamento postmoderno nel consumo del vino** | Culture and markets: postmodern behaviour in wine consumption
Silvio Menghini
- 129 **Evoluzione del gusto del consumatore** | The evolution of consumer taste
Massimo Castellani

Presentazione del volume

Foreword

Il volume è il frutto di un'attività svolta nell'ambito del Progetto di ricerca «*Symposion* – Le civiltà del Vino dalla preistoria all'epoca contemporanea», sviluppato dall'UniCeSV (Centro di Ricerca Universitario per lo sviluppo competitivo delle imprese del settore vitivinicolo) dell'Università degli Studi di Firenze in collaborazione con il Museo Archeologico di Firenze. Proponendo iniziative volte alla valorizzazione della conoscenza storica del vino, il progetto intende contribuire all'«educazione» dei consumatori, elevando la loro capacità a sapere individuare taluni elementi di pregio che si nascondono dentro ogni bottiglia di vino, esaltandone in particolare il rapporto con il territorio, con tutti i riflessi positivi che ciò comporta anche a livello di altre attività economiche locali, prima fra tutte quella turistica.

Nelle attuali sfide dei mercati globali l'esaltazione di tali valori culturali, oltre a essere garantita da specifiche certificazioni, richiede anche un sempre più intenso sforzo a livello di comunicazione: ed è proprio questo l'obiettivo principale del Progetto *Symposion* e di questa stessa pubblicazione.

Il volume raccoglie i risultati dei primi due anni di attività svolte nell'ambito del Progetto.

Il volume, realizzato in lingua italiana e inglese, oltre a raccogliere i risultati

This book is the result of activities carried out within the framework of the research Project «*Symposion* – The civilisation of wine from prehistory to the contemporary age» developed by UniCeSV (University Centre for the strategic development of the Italian wine sector) of the University of Florence in collaboration with the Archaeological Museum of Florence. Proposing initiatives aimed at an enhancement of the historic knowledge of wine, the project aims to contribute to the «education» of the consumers, enhancing their capacity to discern some of the precious features that are concealed within a bottle of wine, underscoring in particular the relationship with the territory, with all the positive spillover effects that this has on other local economic activities, and especially on tourism.

In the current challenges of the global markets, the enhancement of these cultural values, in addition to being guaranteed by specific certifications, also calls for an increasingly intensive communication effort. This, essentially, is the chief objective of the *Symposion* project as a whole, and also of this publication.

The book brings together the results of the first two years of activity carried out under the aegis of the Project.

The book is published in dual language, Italian and English; in addition to accounting

delle attività sino a ora svolte, intende rappresentare il mezzo attraverso il quale proporre l'iniziativa anche all'estero, prevedendo una promozione di eventi convegnistici e della mostra nei principali paesi nei quali si riscontra un crescente interesse per tale prodotto così come, più in generale, per la cultura, le tradizioni e le opportunità turistico ricreative che il nostro Paese è in grado di offrire.

for the work done so far, it is also intended as a channel through which to also propose the initiative abroad. This would be realized through the promotion of conference events and of the exhibition in those foreign countries that display the most lively and growing interest in this product and, more generally, in the culture, traditions and opportunities for recreational tourism that our country has to offer.

Augusto Marinelli
Direttore dell'UniCeSV

Si ringraziano: | Thanks to:

La Soprintendenza per i Beni Archeologici della Toscana:

Simone Bellucci, Paolo Bitossi, Andrea Camilli, Miriana Ciacci, Lucrezia Cuniglio, Mauro Del Sarto, Paola Goldoni, Fernando Guerrini, Maria Cristina Marchi, Elisabetta Mari, Alessandro Pareti, Giovanni Roncaglia, Sebastiano Soldi, Giuseppe Venturini, Margherita Viola.

A.R.A. (Attività di Ricerca Archeologica – Siena):

Fabrizio Minucci, Massimo Pianigiani, Alessandro Bartoletti, Fausto Ciacci, Valerio Chiezzi, Andrea Coccia, Klodian Lilo

E, inoltre: | And also to:

Debora Barbagli, Franco Della Lastra, Marco Firmati, Tiziano Manzini, Elisabetta Setari, Rosalba Settesoldi

Ufficio stampa: | Press Agency:

Fabiola Favilli

Introduzione

Introduction

Augusto Marinelli

Università degli Studi di Firenze

Mi incorre gradita l'occasione per porgere un sentito ringraziamento a quanti si sono adoperati a far sì che il Progetto *Symposion* (promosso dall'UniCeSV – Università degli Studi di Firenze e dal Museo Archeologico di Firenze) si sia potuto concretizzare con questa pubblicazione su «La cultura del vino nei valori della conoscenza storica e nelle strategie di mercato» e con la realizzazione, nella prestigiosa cornice del Museo Archeologico, di una mostra correlata, nonché agli Autori di riconosciuta competenza che hanno approfondito le varie tematiche.

La collaborazione fra la Soprintendenza per i Beni Archeologici della Toscana e il Centro universitario di ricerca e formazione per lo sviluppo competitivo delle imprese del settore vitivinicolo italiano si articolerà, nel tempo, in eventi espositivi in Italia e all'estero, accompagnati da convegni e momenti di riflessione.

L'intento è quello di diffondere sempre più la conoscenza della cultura che sta dietro al vino in modo che lo si possa sempre più apprezzare.

I responsabili del Progetto *Symposion* sono convinti, a ragione, che indagando sulle radici storiche del vino sia possibile individuare ed evidenziare valori sia di identità culturale sia sociale oltre a rilevanti elementi di competitività commer-

I greatly welcome this opportunity to express a sincere thank to all those who have exerted themselves to make possible this publication on «The culture of wine in the values of historic knowledge and in market strategies», within the framework of the *Symposion* project (promoted by UniCeSV – University of Florence and the Archaeological Museum of Florence), and to hold the related exhibition in the prestigious premises of the Archaeological Museum; I would also like to thank the eminent Authors who will address the task of further illustrating the various arguments.

The collaboration between the Tuscan Archaeological Commission (Soprintendenza) and the Centre for the strategic development of the Italian wine sector (UniCeSV) will develop in the future through the organisation of exhibition events in Italy and abroad, accompanied by conferences and other opportunities for reflection.

The intention is to foster the spreading of knowledge about the culture underlying wine, with a view to further enhancing our appreciation of it.

The persons in charge of the *Symposion* Project are, rightly, convinced that by exploring the historic roots of wine we can discern and underscore values of both cultural and social identity, as well as significant elements of market competition.



Fig. 1.1 Cratere attico a figure nere detto «Vaso François». Da Dolciano, presso Chiusi. Opera di Kleitias (pittore) ed Ergòtimos (vasaio) che hanno firmato due volte il loro capolavoro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Il quarto del VI sec. a.C.

Fig. 1.1 Attic black-figured crater said: «Vaso François». From Dolciano, Chiusi. Maid by Kleitias (painter) and Ergòtimos (potter) who signed twice their masterpiece. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Il quarter of VI century b.C.

ciali. In altre parole, conoscere le origini del vino e la sua lunga storia può essere utile a individuare moderni strumenti di marketing. Infatti, studiare i contenuti e la valenza culturale del vino può essere di notevole aiuto per costruire la comunicazione di oggi.

Lo scopo fondamentale del Progetto è quello di promuovere, nel tempo, convegni, seminari e mostre, conciliando i valori della cultura (soprattutto come valori di identità territoriale) con obiettivi economici rivolti al sostegno commerciale di uno specifico prodotto (il vino) e di un'intera economia locale (turismo, artigianato, ecc.). Inoltre, l'iniziativa, nel valorizzare i contenuti culturali legati alla storia del vino intende contribuire anche a un più responsabile consumo di questo bene attraverso l'educazione del consumatore.

Mediante un evento culturale è, quindi, possibile favorire la competitività di un bene (attraverso la differenziazione merceologica) e la localizzazione del processo produttivo che lo determina (esaltazione della qualità nel rapporto prodotto-territorio).

Attraverso l'archeologia da un lato e la lettura del paesaggio agrario dall'altro, è possibile ricostruire, dunque, le dinamiche evolutive del territorio, soprattutto in una terra come la Toscana, nota, in ogni tempo, proprio per il suo vino.

In other words, knowing the origins of wine and its long history can be useful for the identification of modern marketing tools. Indeed, studying the contents and the cultural significance of wine can make a remarkable contribution to building modern communication.

The fundamental scope of the Project is to promote, over time, conferences, seminars and exhibitions, conciliating the values of culture (especially as values of territorial identity) with economic objectives aimed at the commercial support of a specific product (wine) and an entire local economy (tourism, crafts, etc.). Moreover, by valorising the cultural contents linked to the history of wine, the initiative also aims to contribute to a more responsible consumption through the education of the consumer.

Hence, through a cultural event, it is possible to foster the competitiveness of an asset (through product differentiation) and the localisation of the production process that determines it (enhancement of quality in the product-territory relationship).

Through archaeology on the one hand and the reading of the agrarian landscape on the other, it is therefore possible to reconstruct the evolutionary dynamics of the territory, especially in a land such as Tuscany, famed down the ages precisely for its wine.



Fig. 2.1

Vino e orizzonte mitico-rituale nel Mediterraneo antico

*Wine, Myth and Ritual
in the Ancient Mediterranean*

Paolo Scarpi
Università degli Studi di Padova

La cultura del vino affonda le sue radici in un passato insondabile ed è difficile stabilire il momento in cui l'uomo cominciò ad addomesticare la vite e a produrre vino¹, per quanto molto presto la vite e il vino abbiano accompagnato l'uomo mediterraneo nel suo viaggio attraverso la storia. Durante questo viaggio l'uomo ha acquisito conoscenze e ha elaborato tecniche, che gli hanno consentito di manipolare la natura per renderla fruibile.

Se la vite nel corso di questo lungo itinerario si è rivelata un efficace strumento di demarcazione tra natura e cultura², il vino, da parte sua, ha sottratto l'azione del «bere» al suo semplice ruolo

di risposta a un'esigenza naturale. Infatti, in quanto tecnofunzione il vino partecipa della sfera tecnologica, come sociofunzione di quella sociale e come ideofunzione di quella ideologica³, inserendosi in questo modo in un circuito di codici simbolici, che sono frutto delle sintesi operate dal pensiero e dall'intelligenza umani. Rispetto ad altri prodotti, come i cereali o la produzione orticola, che condividono comunque il ruolo di tecnofunzioni e di sociofunzioni, il vino non si colloca dunque nello spazio del necessario e del quotidiano, come appunto i cereali, ma piuttosto in quello del superfluo e pertanto del festivo⁴. Quest'apparente paradosso situa

The culture of wine has its roots in an unfathomable past, and it is difficult to establish the moment at which man began to domesticate the grapevine and to produce wine¹, insofar as vine and wine have accompanied Mediterranean man on his journey through history from a very early stage. During this journey man acquired knowledge and developed techniques that enabled him to manipulate nature and render it useful.

While in the course of this long itinerary the vine showed itself to be an effective tool for marking the boundary between nature and culture², wine in its turn wrested from the action of «drinking» its role as a mere response

to a natural need. In effect, wine as a technofunction belongs to the sphere of technology, as a sociofunction to the social sphere and as an ideofunction to the sphere of ideology³, thus becoming part of a circuit of symbolic codes that stem from the synthesis generated by human thought and intelligence. In comparison to other products, such as cereals or horticultural produce, which share the role of technofunctions and sociofunctions, wine cannot be placed in the area of the necessary or the everyday, as can cereals for example, but is located rather in that of the superfluous and consequently festive⁴. This apparent paradox places wine and its consumption in a ceremonial context, charged

Fig. 2.1 Frammento di anfora attica a collo distinto a figure nere con maschera di Dioniso. Gruppo vicino al Pittore di Antimenes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 510-500 a.C.

Fig. 2.1 Fragments of Attic split-necked, black-figured amphora with mask of Dionysus. Circle of the Painter of Antimenes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 510-500 b.C.

il vino e il suo consumo in uno spazio cerimoniale, carico di forti valenze simboliche, da cui scaturiscono la ricca mitologia e l'alta ritualizzazione che lo hanno accompagnato lungo tutta la storia dell'occidente e che ancor oggi perdurano, sia pure sottratte alla dimensione sacrale – eccezione fatta per la Messa cristiana.

Come per le origini della viticoltura e della vinificazione, che restano avvolte nelle nebbie della preistoria e della protostoria, analogamente per i miti e per i riti connessi alla produzione e al consumo del vino non è possibile rintracciare il momento e la causa che ne hanno determinato la nascita. Forse le scienze preistoriche potranno un giorno dire con sufficiente approssimazione quando e come si sono coltivate le prime viti e si è prodotto il primo vino, ma nel caso dei racconti mitici, di cui esistono solo varianti, le nostre aspirazioni di conoscenza sono destinate a vanificarsi sulla insondabile e inafferrabile linea di confine che separa le «civiltà della parola» dalle «civiltà della scrittura». Non si tratta della discussa e discutibile dicotomia antropologica tra «orale» e «scritto»⁵, ma della semplice e necessaria ammissione di un limite, così che se possiamo ricostruire un costume,

with symbolic significance, triggering the rich mythology and strong ritualisation which have accompanied wine throughout the history of the west, and still persist today, albeit now – with the exception of the Christian mass – removed from the sacred dimension.

Like the origins of viticulture and winemaking, which continue to be lost in the mists of prehistory and protohistory, in the same way it is impossible to trace the precise moment when or reason why the myths and rituals connected with the production and the consumption of wine came into being. Perhaps one day the prehistoric sciences may be able to identify with a fair degree of approximation when and how the first grapes were grown and the first

quale conseguenza indiretta di una pratica del «bere», fatica vana è porsi come obiettivo la quantificazione cronologica dell'introduzione di questo costume. Se poi possiamo riconoscere, attraverso la ricostruzione linguistica, che il vino, termine il cui significato originario è nulla più che 'succo', in quanto concetto è nato prima della vite⁶, e del pari possiamo rintracciare racconti mitologici vicino-orientali in cui il vino gioca un suo preciso ruolo con funzioni simboliche⁷, nondimeno nessuna delle civiltà affacciate sul bacino del Mediterraneo ha prodotto una mitologia «enoica» comparabile a quella dell'antica Grecia, anche se questa ha mutuato la parola 'vino' dal Vicino Oriente.

Tre racconti elaborati da tre diverse realtà culturali di area mediterranea descrivono rispettivamente il dio ugaritico El vittima dell'abuso di vino⁸, il patriarca biblico Noè⁹ anch'egli in preda ai fumi dell'alcol, e da ultimo le conseguenze di un esotico banchetto «alla siriana» nell'antico Egitto¹⁰. Queste tre narrazioni paiono voler rilevare la presenza di un confine oltre il quale il consumo di vino trasferisce il bevitore in una condizione, se non sub-umana, per lo meno degradata rispetto al suo *status*. Eppure, nonostante queste preoccupazioni, che

wine made, but as far as the mythical accounts are concerned, of which there exist only variants, our aspirations to knowledge are destined to founder on the elusive and unfathomable shadow line that separates the «civilisation of the word» from the «civilisation of writing». This is not the debated and debatable anthropological dichotomy between «oral» and «written»⁵, but the mere necessary acceptance of a limitation, so that while we can reconstruct a custom – as an indirect consequence of the practice of «drinking» – it is futile to set ourselves the objective of a chronological placement of the introduction of such a custom. So then, while we can recognise, via linguistic reconstruction, that wine – a term the original



rivelano come il controllo esercitabile sul vino implicasse una linea che separava la dimensione umana dal suo opposto¹¹, il peso economico del succo della vite era stato tale che il Vicino Oriente e l'an-

tico Egitto avevano elaborato raffinate tecniche di produzione¹². Un peso economico che si giustificava solo per le valenze simboliche di cui il vino era carico, valenze che filtrano attraverso le dona-

Fig. 2.2 Noè ubriaco. Dettaglio di formella del Campanile di Giotto. Firenze, Andrea Pisano, XIV sec.

Fig. 2.2 Noah drunk. Tile of Giotto's bell tower (Detail). Firenze, Andrea Pisano, XIV century.

meaning of which is nothing more than «juice» – as a concept emerged before the vine⁶, and we can similarly trace mythological stories from the Near East in which wine plays a precise role with symbolic functions⁷, despite this, none of the civilisations surrounding the Mediterranean basin have generated an «oenological» mythology comparable to that of ancient Greece, even though it actually borrowed the word «wine» from the Near East.

Three stories from three different cultures of the Mediterranean area describe respectively the Ugaritic god El, victim of the abuse of wine⁸, the patriarch Noah⁹ he too ensnared in an alcoholic haze and finally the consequences of an exotic «Syrian-style» ban-

quet in ancient Egypt¹⁰. These three narrations appear to detect a boundary beyond which the consumption of wine places the drinker in a condition that, if not sub-human, is at least degraded in respect of his status. Yet, despite these concerns, which reveal how the control that could be exerted over wine implicated a line separating the human dimension from its opposite¹¹, the economic impact of the grape juice was such that both the Near East and ancient Egypt had elaborated sophisticated production techniques¹². An economic impact that was justified only by the symbolic significance with which the wine was charged, which filters through the donations expected by the Assyrian kings who proceeded to a «systematic plun-

zioni pretese dai re assiri, i quali procedevano a una «depredazione sistematica delle periferie conquistate» reclamando per sé un vino di «prima scelta»¹³, così come esse emergono nell'Egitto ellenistico, dove il vino era riservato alle classi abbienti mentre i poveri dovevano accontentarsi della birra¹⁴.

Il vino in questo modo si configurava come marcatore di *status* sociale, perché separava la condizione dei ricchi da quella dei poveri. Ruolo non diverso esso assolveva nell'implicita classificazione di Catone, il quale distingueva il vino per gli schiavi, ottenuto aggiungendo acqua agli scarti rimasti nelle presse, da quello per i *domini*, i padroni¹⁵.

Il più che noto episodio biblico che ha per protagonista il patriarca Noè, da parte sua introduce anche altre demarcazioni. La vigna piantata da Noè è infatti il primo atto culturale compiuto dal patriarca all'uscita dall'arca, quasi un rito di fondazione che separa il *prima*, occupato dalla discendenza di Adamo annientata dal diluvio, e il presente di Noè

e dei suoi. Nello stesso tempo il consumo del vino che provoca l'ebbrezza di Noè fissa come conseguenza indiretta una gerarchia all'interno della sua discendenza, gerarchia che diventa un discrimine culturale nelle relazioni tra i discendenti dei tre figli di Noè: Sem, Iaphet e Cam. In questo modo, vite e vino si rivelano dei marcatori culturali, che individuano il popolo di Israele rispetto al passato ma anche al presente. Analogamente la vite e il vino divennero un principio d'identificazione per la civiltà mediterranea, greco-latina prima e poi cristiana, rispetto ai barbari, e uno strumento di conquista adottato dai monaci che, nella loro opera missionaria di diffusione del cristianesimo, introdussero nei territori dell'Europa centro-settentrionale la coltivazione della vite¹⁶. In questo modo la cultura «enoica», la civiltà della vite e del vino si distingueva dalla civiltà della birra¹⁷ e della carne e continuava a perpetuarsi, oltre che a diffondersi, attraverso il cristianesimo, che aveva adottato la metafora della vigna per identificare la

dering of the conquered peripheries» claiming for themselves a wine of «prime quality»,¹³ as this emerges in Hellenistic Egypt where wine was restricted to the affluent classes while the poor had to make do with beer¹⁴.

In this way wine acted as an indicator of social status, separating the rich from the poor. It played a similar role in the implicit classification of Cato, who distinguished the wine for the slaves, obtained by adding water to the waste left in the presses, from that destined to the *domini*, the masters¹⁵.

The more than famous Biblical episode starring the patriarch Noah then introduces further demarcations. Noah's planting of the vineyard is in fact the first cultural gesture performed by the patriarch after his emergence from the ark, almost a foundation ritual that separates the *before*, occupied by the lineage of Adam annihilated by the flood, and the present of Noah and his sons. At the same time, the consumption of wine that provokes

the drunkenness of Noah, as an indirect consequence establishes a hierarchy within his descent, a hierarchy that becomes a cultural discriminator in the relations between the descendants of Noah's three sons: Shem, Japheth and Ham. In this manner, vine and wine emerge as cultural markers that identify the people of Israel in relation to the past and also the present. In a similar way, vine and wine became a principle of identification for Mediterranean civilisation – Greek-Latin first and later Christian – as compared to the barbarians, and also an instrument of conquest employed by the monks who, in their missionary work of the spreading Christianity, introduced the cultivation of grapes into the territories of central and northern Europe¹⁶. In this way the «oenological» culture, the civilisation of vine and of wine, was distinguished from the civilisation of beer¹⁷ and of meat, and continued to perpetuate itself and to spread through Christianity, which had adopted the metaphor of

comunità dei fedeli e la Chiesa stessa e quella del vino per designare il sangue del suo fondatore¹⁸.

In quest'orizzonte, dove opera lo schema dei rapporti sociali e culturali che entrano in gioco¹⁹, il vino, più che la vite, si rivela «buono da bere» soprattutto perché «buono da pensare» – cosa che permette di comprendere perché il vino concettualmente ‘nasce’ prima della vite – e allora la vite sarà «buona da coltivare» perché il suo prodotto è «buono da pensare». Il vino diviene in questo modo un oggetto trasfigurato, efficace per le sue «proteine simboliche» che sono attive su un corpo non meno simbolico, qual è quello della cultura e della società. È stata in ogni caso la civiltà greca che ha codificato questa rete simbolica in una grammatica e in una sintassi mitologica e rituale, in seguito consegnate alla civiltà latina e cristiana.

Fu forse in ragione della sua peculiarità distintiva e individuante che il vino, a differenza dei cereali, in Grecia ha ricevuto ben presto delle classificazioni e dei «nomi», tali da circoscriverlo e rico-

noscerlo, nomi che coincidevano con il luogo fisico di produzione²⁰. Già il poeta omerico, parlando del vino con cui Odisseo sconfigge il Ciclope, lo individua attraverso il luogo di produzione, la città di Ismaro²¹, sulla costa tracia dell'Egeo settentrionale, e chiamava per nome il vino di Pramno²², il più antico dei vini per i Greci. Quando poi si giunge ad Ateneo di Naucrati, alla fine del sec. II d.C., il processo di classificazione appare completato. Così, aprendo il I libro dei suoi *Deipnosophisti* o i *Filosofi a banchetto*, dopo una generica ripartizione in vino nuovo, preferito dagli uomini, e in vino vecchio, gradito alle cortigiane²³, dopo una ulteriore suddivisione in vini neri, cioè rossi (ma in greco il vino rosso è detto appunto *melas*, nero), bianchi e di colore paglierino²⁴, come diremmo noi oggi, prima di incontrare la «denominazione di origine» ci si imbatte nelle aree geografiche in cui sono raggruppati i vini, aree che comprendono l'Italia, le isole dell'Egeo, il territorio siro-palestinese, la costa settentrionale dell'Africa.

the vineyard to identify the community of the faithful and the Church itself, and that of the wine to designate the blood of its founder¹⁸.

In this context, within which a pattern of social and cultural relations comes into play¹⁹, the wine rather than the vine proves to be «good to drink» above all because it is «good to think» – which allows us to understand why, conceptually, the wine comes before the vine – and so the vine will be «good to grow» because its fruit is «good to think». In this manner, the wine becomes a transfigured object, efficacious by virtue of its «symbolic proteins» which are active upon a body no less symbolic, such as that of culture and society. It was, in any case, Greek civilisation that codified this symbolic network in a mythological and ritual grammar and syntax that were later delivered up to Latin and Christian civilisation.

It was perhaps by virtue of its distinctive and identifying character that, unlike cereals, in Greece wine rapidly acquired classifica-

tions and «names» by which it could be circumscribed and recognised, names which coincided with the physical places in which it was produced²⁰. Even Homer, speaking of the wine with which Odysseus defeated the Cyclops, identifies it by its place of origin, the city of Ismaros²¹, on the Thracian coast of the northern Aegean, and he also called by name the wine of Pramnos²², the most ancient wine for the Greeks. By the time we arrive at Athenaeus of Naucratis at the end of the second century AD, the process of classification appears to be complete. So, opening the first Book of his *Deipnosophistae* or *Philosophers at Dinner*, after a generic division into new wine, preferred by men and old wine, appreciated by the courtesans²³, and then a further breakdown into black wines, that is red (although in Greek red wine is referred to as *melas*, black), whites and those of what we would now call a straw-yellow colour²⁴, before coming to the «designation of origin» we have a description



Fig. 2.3 Antefissa etrusca a testa di sileno. Da Tarquinia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. V sec. a.C.

Fig. 2.3 Etruscan antefix of a silenus' head. From Tarquinia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. V century b.C.

of the geographical areas into which the wines are grouped, areas that comprise Italy, the islands of the Aegean, the territory of Syria and Palestine and the northern coast of Africa.

Despite conserving the designation of origin, all the references to the wines of Syria are fairly generic²⁵, and there is just a passing mention of the wines of Phoenicia²⁶. Again Athenaeus says little or nothing about the wines of Carthage, from which the modern-day Tunisian *Sidi Saad* could be descended, served in the so-called Carthaginian amphora. Instead our oenosophist devotes lavish and detailed attention to the Italian wines and those of the Aegean islands. It is in relation to these wines alone that the name proves to be both deno-

tative and connotative, being related to qualitative and functional elements.

It is in fact with Italy that Athenaeus' wine-list opens²⁷, and he dedicates more space to the Italian wines even than to the Greek ones. Clearly the first on the list could not be other than the Falernian wine (which is again a *nomen loci* since Falerno was an area of Campania) that is «fit to drink from the time that it is ten years old, and fully mature between the fifteenth and the twentieth year; but after that time it is apt to give headaches and affects the nervous system»²⁸. In this picture offered by the author of the *Deipnosophistae*, from which it incidentally transpires how the ancients divided the world horizontally into west and

Abbastanza generica appare ogni indicazione dei vini di Siria, pur conservandone la denominazione d'origine²⁵. Appena un cenno è dedicato ai vini di Fenicia²⁶. Poco o nulla dice ancora Ateneo dei vini di Cartagine, dei quali forse potrebbe essere erede l'attuale *Sidi Saad* tunisino, servito nella cosiddetta anfora di Cartagine. Molta e accurata attenzione riserva invece il nostro enosofa ai vini italici e a quelli delle isole egee. Soltanto in relazione a questi vini il nome si rivela insieme denotativo e connotativo in quanto correlato a elementi qualitativi e funzionali.

E appunto con l'Italia si apre la carta dei vini di Ateneo²⁷, a cui è dato uno spazio superiore persino a quello assegnato ai vini greci, e dove il primo non poteva essere che il Falerno, che è sempre un *nomen loci* perché Falerno era un territorio della Campania, «pronto per essere bevuto a partire dal decimo anno e nella piena maturità tra il quindicesimo e il ventesimo anno; al di là di tale lasso di tempo provoca cefalea e attacca il sistema nervoso»²⁸. In questo disegno offerto dall'autore dei *Deipnosophisti*, da cui comunque traspare come gli antichi dividessero il mondo orizzontalmente, tra occidente e oriente²⁹, la distribuzione delle denominazioni si rivela territoriale, collegata evidentemente con la storia

peculiare di ciascun territorio, dietro a cui è possibile intravedere il progressivo espandersi di Roma. In questo modo i vini appaiono collegati direttamente al luogo fisico di produzione e alla sua storia, mentre raro se non eccezionale è il riferimento alla vigna.

La visione organica offerta dai vini italici, che pure nella differenziazione territoriale si presentano sistematicamente e omogeneamente ordinati geograficamente, si frantuma quando si approda ai vini greci, che in realtà sono i vini delle isole dell'Egeo³⁰. Il frastagliato universo delle città greche sembra riflettersi anche sui vini, per quanto la denominazione territoriale anche in questo caso prevalga. Con i vini greci, però, entra del pari in gioco l'immaginario mitologico, che coniuga il luogo fisico allo spazio simbolico; in altri termini il nome del vino diventa veicolo per richiamare alla mente altre immagini. Così il vino di Chio, nero, si segnala perché in quell'isola per la prima volta fu prodotto quel vino e sempre in quell'isola per la prima volta gli uomini appresero l'«arte di piantare e coltivare le vigne», arte coniugatasi con la costituzione e organizzazione dello stato, e infine ancora perché da quell'isola in seguito la viticoltura fu fatta conoscere agli altri uomini³¹, dando avvio in questo modo a una forma

east²⁹, the distribution of the denominations proves to be territorial, evidently linked to the specific history of each territory, behind which it is possible to discern the progressive expansion of Rome. In this way, the wines appear to be directly linked to the physical site of production and to its history, while references to the vines are rare if not exceptional.

The organic overview of the Italian wines that is offered, which despite the territorial differentiation are presented systematically and homogeneously in geographical order, is shattered when we come to the Greek wines, which in actual fact are the wines of the Aegean islands³⁰. The fragmented universe of the Greek cities appears to be reflected

in the wines too, despite the fact that here too the territorial designation prevails. With the Greek wines, however, the mythological universe also enters into play, melding the physical place with the symbolic space; in other words the name of the wine becomes a way of calling to mind other images. Thus the black wine of Chio is mentioned, because that wine was produced for the very first time on that island, and it was on the same island that men acquired «the art of planting and tending vines», an art connected with the constitution and organisation of the state, and finally again because from that island viticulture was imparted to the rest of mankind³¹, giving rise in this manner to a form of circulation of goods.



Fig. 2.4

di circolazione dei beni. Il vino di Taso, isola situata nell'Egeo settentrionale a oriente della penisola Calcidica, era capace a sua volta di rinvigorire un uomo ed evocava i *pharmaka* del dio Asclepio. Un liquore era quello di Lesbo, un nettare e un'ambrosia secondo Arcestrato di Gela³², l'autore della «prima gastronomia», quasi da credere che fosse stato prodotto dal mitico Marone che ne aveva fatto dono a Odisseo³³. Ed è sempre il nome, o meglio la denominazione di origine che evoca anche le qualità e gli effetti del vino. Ecco allora il vino di Erea, in Arcadia, che eccita gli uomini e rende feconde le donne, mentre un vigneto, non è detto quale, di Cerinia, in Acaia, produce un vino che fa abortire le donne gravide. A sua volta il vino di Trezene rende sterili e a Taso si producono due qualità di vino, una con effetti soporiferi, l'altra che provoca insonnia³⁴.

Ma il connubio tra luogo fisico e spazio simbolico si realizzava soprattutto nella

fešta, quando il carattere eccezionale del vino erompeva nel prodigio. Era il caso del vino prodotto dalle viti effimere del Parnaso, monte dell'Eubea, che al mattino del giorno della festa (non sappiamo quale) mettevano le foglie, a mezzogiorno davano il grappolo e a sera, appunto, il vino³⁵. A loro volta le viti di Ege, sempre in Eubea, producevano i grappoli mentre le donne danzavano nel corso delle feste in onore di Dioniso³⁶. Altrove, a Teo, in alcuni giorni dell'anno, fissati ritualmente, il vino sgorgava spontaneamente dalle fonti³⁷, e ad Andro, nelle Cicladi, durante la festa annuale in onore di Dioniso, il santuario del dio diventava una fontana di vino³⁸. È questa l'esaltazione del festivo e del superfluo dove il vino esprime tutta la sua potenza evocativa, sovraumana ed epifanica, come a Felloe, in Arcadia, dove vi era un terreno particolarmente adatto alla viticoltura e dove, nel santuario di Dioniso, durante le feste in onore del dio, davanti ai pellegrini

The wine of Thasos, an island situated in the northern Aegean to the east of the Chalcidian peninsula, was in its turn capable of reinvigorating a man and evoked the *pharmaka* of the god Asclepius. The wine of Lesbos was a liquor, a nectar and an ambrosial juice, according to Arcestratus of Gela³², the author of the «Art of Giving a Banquet» almost as if to suggest it had been produced by the mythical Maro who made a gift of it to Odysseus³³. And it is again the name, or rather the designation of origin, that evokes the qualities and the effects of the wine. And so we have the wine of Heraia, in Arcadia, which drives men out of their senses and makes the women fertile, while a certain kind of vine – it is not specified which – from Cerinia in Achaia produces a wine that causes miscarriage in pregnant women. Then there is a Troezenian wine that makes those who drink it barren, while in Thasos they make one wine which causes sleep and another that causes those who drink it to stay awake³⁴.

However the melding of physical place and symbolic space came to the fore above

all at times of feasting, when the exceptional character of the wine gave rise to the prodigious. This was the case of the wine produced by the ephemeral vines of Parnassus, the Euboean mountain, which on the morning of the day of the feast (we don't know which) put out their leaves, at midday the bunches of grapes and in the evening the wine³⁵. Then there were the vines of Aigia, again in Euboea, where the bunches of grapes emerged as the women danced in the course of the feasts in honour of Dionysus³⁶. Elsewhere, in Teos, on certain ritually established days of the year, wine would gush forth spontaneously from springs³⁷, and in Andros, in the Cyclades, during the annual feast in honour of Dionysus the sanctuary of the god would become a fountain of wine³⁸. It is in this exaltation of the festive and the superfluous that wine expresses all its evocative, superhuman and epiphanic power, as in Phelloe in Arcadia, where there was land particularly suitable for viticulture and where, at the sanctuary of Dionysus, during the feasts in honour of the god three empty bronze *lebetes* were

Fig. 2.4 Stamnos attico a figure rosse con raffigurazione delle Lenee: feste in onore di Dioniso che si svolgevano fra gennaio e febbraio. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 470-460 a.C.

Fig. 2.4 Attic red-figured Stamnos with Lenee representation: celebrations in honour of Dionysus that took place during January and February. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 470-460 b.C.



Fig. 2.5 Lip-cup a figure nere. Processione in onore di Dioniso; maniera del Pittore del Centauro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 540-530 a.C.

Fig. 2.5 Black figured lip-cup. Procession in honour of Dionysus; after the manner of the Painter of the Centaur Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 540-530 b.C.

giunti a celebrare le cerimonie religiose si sigillavano tre lebeti di bronzo vuoti, che, riaperti, si mostravano ricolmi di vino³⁹; era un prodigio che si ripeteva nella città di Elea⁴⁰.

Eppure mai i Greci hanno parlato di viti sacre o di luoghi sacri legati al vino. La viticoltura è il frutto della sapienza umana, dell'addomesticamento della natura, dunque dell'azione umana che si sottrae al sacro. Solo una vigna, quella dell'isola Icaria, oggi Nicaria, era detta «sacra», ma forse era un'eccezione ap-

sealed before the pilgrims who had come to celebrate the religious ceremonies and when they were opened again were found to be full of wine³⁹; the same miracle was also repeated in the city of Elis⁴⁰.

And yet the Greeks never spoke of sacred vines or of sacred places connected with wine. Viticulture is the fruit of human wisdom, of the domestication of nature, and therefore of human and not sacred action. Only one vine, that of the island of Icarus, today Nicaria, was called «sacred» but this may be merely

parente, perché essa era così chiamata soltanto davanti agli stranieri, mentre gli abitanti del luogo, Oinoe, nome trasparentemente allusivo, le davano il titolo di «dionisia», e cioè di Dioniso, dalla quale si ricavava il vino di Pramno⁴¹, il più antico vino conosciuto dalla tradizione greca⁴² e forse uno dei pochissimi casi di denominazione di un vino dell'antica Grecia non correlata a un luogo geografico. A questo punto il *nomen loci* scioglie nuovamente nell'indeterminato del simbolico, della tradizione inafferrabile,

an apparent exception since it was called sacred only in front of foreigners, while the local people themselves, the people of Oenoe, a transparently allusive name, referred to as the «Dionysiac» vine that from which the Pramnian wine was made⁴¹, the oldest known wine of the Greek tradition⁴² and possibly one of the very rare cases of a name for an ancient Greek wine that does not derive from a geographical location. At this point the *nomen loci* once again dissolves into the mists of the symbolic, the elusive tradition, since it is not



perché il vino di Pramno, secco e duro, non è chiaro se era così denominato da un luogo roccioso dell'isola Icaria, detto appunto Pramno, oppure da un vitigno chiamato «pramnio», o infine per le qualità di questo vino, perché rende vigili, oppure rende amabili⁴³.

Se il vino di Pramno fa eccezione per la sua antichità, raro e sorprendente per Ateneo era invece quel vino che non derivava il suo nome da un luogo, ma, per esempio, da un uomo, come i vitigni Antedonia e Iperia, coltivati a Trezene,

rispettivamente da Anto e Ipero, che probabilmente erano due viticoltori⁴⁴; e come nome di vitigno deve pure intendersi la *biblia* trapiantata a Siracusa dall'Italia⁴⁵.

La toponomastica «enoica», anche solamente quella tracciata da Ateneo nel primo libro dei suoi *Filosofi a banchetto*, disegna una geografia che comunque si qualifica metaforicamente e simbolicamente attraverso il rapporto diretto con un nome. E proprio il vino di Pramno, prodotto nell'isola Icaria dalla vigna «sacra», riconduce direttamente nello spazio

Fig. 2.6 Lip-cup a figure nere. Quattro comasti danzanti; maniera del Pittore del Centauro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 540-530 a.C.

Fig. 2.6 Black figured lip-cup. After the manner of the Painter of the Centaur. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 540-530 b.C.

clear whether the «dry and hard» Pramnian wine was thus named after a large rock called the Pramnian rock on the island of Icarus, or from a grape variety called *pramnio*, or finally on account of the qualities of the wine itself, because it makes the drinker alert or because it induces good humour⁴³.

If the wine of Pramnos is exceptional in terms of its antiquity, most rare and surprising for Athenaeus instead was the wine that took its name not from a place but, for example, from a man, such as the grape varieties

called Anthedonian and Hyperian, which were grown in Trezene by Anthus and Hyperus respectively, probably two winegrowers⁴⁴; the Biblical brought to Syracuse from Italy, must again have been the name of a vine⁴⁵.

The toponymy of wine, even only that traced out by Athenaeus in the first book of his *Philosophers at Dinner*, maps out a geography that is in any case metaphorically and symbolically qualified through the direct relationship with a name. And it is the very Pramnian wine, produced on the island of Icarus



Fig. 2.7

simbolico, allorché quella stessa vigna, «sacra» per gli stranieri, dunque «separata» e sottratta loro, pertanto preclusa se non interdetta, era per gli abitanti del luogo «di Dioniso», il dio sotto la cui tutela stavano la viticoltura, la vinificazione e il consumo del vino, come pure lo scambio, la circolazione dei beni e delle donne, cioè lo scambio matrimoniale e dunque l'esogamia⁴⁶. Circolazione del vino, come insegna la tradizione mitica, tanto quella che situa nell'isola di Chio l'origine della viticoltura quanto quella che la colloca in Attica⁴⁷, e circolazione delle donne, dunque scambio economico e scambio matrimoniale, erano per i Greci due parametri attraverso i quali misurare la civiltà e definire lo statuto della cultura⁴⁸.

Il peso ideologico assegnato dai Greci a Dioniso e al vino non può essere ridotto a semplice retorica o a erudizione estetizzante, come fu il *Bacco in Toscana* di Francesco Redi, pubblicato a Firenze nel 1685, ma è invece un cosciente

e coerente elogio di un prodotto dell'intelligenza umana da parte di una civiltà che ha trovato nel vino il suo principio d'identificazione. Tuttavia, proprio perché era un marcatore culturale e, contemporaneamente, una linea di confine tra essere uomini e non esserlo, e perché era il dono di un dio ambiguo in grado di viaggiare tra i territori in cui l'immaginario mitologico aveva suddiviso il mondo, sull'asse verticale gli Inferi, la terra e l'Olimpo, sull'asse orizzontale le terre dei barbari e dei selvaggi e le terre degli uomini degni di questo nome, cioè i Greci, Dioniso e il vino potevano rivelarsi un pericolo e, se non tenuti sotto il dovuto controllo, potevano aprire un varco verso gli spazi della non-cultura.

Pertanto, anche se il vino era stato il dono migliore che gli dei avessero potuto fare agli uomini⁴⁹, bisognava comunque berne con misura, anche nei simposi. La prima bevuta doveva essere in onore delle Cariti, delle Ore e del fremente Dioniso; la seconda in onore di

from the «sacred» vine, that leads directly into the symbolic space when the selfsame vine – «sacred» for the foreigners and hence «separate» and removed from them, and therefore precluded if not forbidden – was for the inhabitants of the place the wine «of Dionysus», the protective deity of viticulture, winemaking and wine consumption, and also of trade, the circulation of goods and of women, that is matrimonial exchange and hence exogamy⁴⁶. The circulation of wine, as the mythical tradition teaches – both that which places the origin of viticulture on the island of Chio and that which locates it in Attica⁴⁷ – and the circulation of women, hence economic trade and matrimonial trade, were for the Greeks two parameters through which civilisation could be measured and the status of culture defined⁴⁸.

The ideological weight assigned by the Greeks to Dionysus and wine cannot be reduced to mere rhetoric or to aestheticising erudition, as was the *Bacco in Toscana* by Francesco Redi, published in Florence in 1685,

but is instead a conscious and coherent eulogy of a product of human intelligence on the part of a civilisation that found in wine its principle of identification. Nevertheless, precisely because it was at once a cultural marker and, at the same time, a dividing-line between being a man and not being one, and because it was the gift of an ambiguous deity who could travel between the territories into which the mythological imagination had divided the world – on the vertical axis the underworld, the world and Olympus, on the horizontal axis the lands of the barbarians and the savages and the lands of men worthy of the name, that is the Greeks – both Dionysus and wine were also liable to become a threat and, unless kept under due control, could open a breach towards the areas of non-culture.

Consequently, even if wine was the best gift that the gods could have given to man⁴⁹, it had nonetheless to be drunk in moderation, even at the symposia. The first cup was drunk in honour of the Graces, the Hours and the quivering Dionysus; the second in honour of

Fig. 2.7 Testa di marmo di satiro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III sec. d.C.

Fig. 2.7 Marble head of a satyr. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III century a.C.

Afrodite e ancora di Dioniso, ma non ci si doveva avventurare a scolare la terza coppa, perché il brindisi sarebbe stato in onore di Hybris, la «dismisura», e di Ate, l'«acceccamento» della mente. È solo con misura che ci si può accostare alla «dolce bevanda», così da poter poi ritornare a casa, accanto alla propria sposa. Ma superare la misura e bere una terza razione del vino dolce come il miele, acceca l'intelletto, scatena l'ira nel petto e alla fine rovina la festa⁵⁰.

Il mostruoso Ciclope con cui si scontra Odisseo⁵¹ è la vittima di questa assenza di misura. Egli, che vive in una caverna e pratica il cannibalismo, di fronte Odisseo incarna il selvaggio abitatore della non-cultura, senza un'identità definita, individuato soltanto da un nome che descrive la mostruosità del suo unico occhio rotondo collocato nel mezzo della fronte⁵². E l'eroe lo sconfigge con il vino di Ismaro⁵³, un prodotto della cultura, frutto della manipolazione dell'uva, donatogli da Marone, sacerdote di Apollo, che mescolava quel rosso vino, dolce come il miele, con venti misure d'acqua, mentre il rapporto normale sembra fosse di 2:3, cioè

due parti di vino e tre di acqua⁵⁴. Ma il Ciclope, uomo selvaggio, non conosce gli effetti della profumata bevanda e ne rimane vittima. Sono i Greci invece che sanno bere il vino, tagliandolo con l'acqua, mescolandolo con il miele o con l'acqua di mare per addolcirlo e soprattutto perché, miscelato accuratamente con quest'ultima, non provoca ebbrezza⁵⁵. Anche per i Greci il primo impatto era stato dirompente. In seguito, tuttavia, i Greci impararono a controllare il vino, grazie a Dioniso che aveva insegnato al re d'Atene Amfizione a miscelarlo con l'acqua⁵⁶. In questo modo essi non bevevano il vino come gli altri e il re spartano Cleomene, che aveva imitato i barbari Sciti bevendo il vino puro, divenne folle, tanto che l'espressione «versare il vino alla moda scita» divenne una frase convenzionale per indicare che si voleva bere il vino puro⁵⁷. Ma proprio bere il vino «alla moda scita», cioè non mescolato con acqua, poteva condurre l'uomo verso l'*hybris*, la dismisura⁵⁸.

Vi era dunque coscienza degli effetti che il vino era in grado di produrre, di una sorta di ambiguità insita nel suc-

Aphrodite and, again, Dionysus, but one was not supposed to attempt to drain the third cup, because otherwise the toast would have been in honour of Hybris, «excess» and Ate, the «blinding» of reason. It is only through moderation that one can approach the «sweet beverage» in such a way as to return home again, to one's own wife. But exceeding moderation to the point of drinking a third glass of wine sweet as honey will blind the reason, unleash anger in the heart and the feast will end in ruin⁵⁰.

The monstrous Cyclops that Odysseus comes up against⁵¹ is the victim of this lack of moderation. In the face of Odysseus the Cyclops, who lives in a cave and practices cannibalism, is the embodiment of the savage inhabitant of non-culture, without a defined identity, identified solely by a name that de-

scribes the monstrosity of his single round eye set in the middle of his forehead⁵². And the hero defeats him with the wine of Ismaros⁵³, a product of culture, fruit of the processing of the grapes, given to him by the priest of Apollo, Maro, who mixed that red wine, sweet as honey, with twenty measures of water, while the normal proportions would appear to have been 2:3, that is, two parts of wine to three of water⁵⁴. But the Cyclops, a savage, is not aware of the effects of the perfumed beverage and falls victim to it. The Greeks, instead, know how to drink the wine, diluting it with water, mixing it with honey or with sea water to sweeten it and above all because, when carefully mixed with the latter, it does not cause drunkenness⁵⁵. For the Greeks too, the first contact had been disruptive. But then the Greeks learned to control the wine, thanks to

co dell'uva, dal quale l'uomo affaticato poteva ricavare forza come esserne indebolito⁵⁹. I Greci, alla stregua di altri popoli del mondo antico, avevano perciò escogitato un certo numero di espedienti per berlo «senza danno», degli accorgimenti pratici, tra i quali il più diffuso era mangiare del cavolo, la cui efficacia era stata riconosciuta anche da Aristotele⁶⁰. Tutto ciò, nondimeno, non doveva sembrare sufficiente perché gli antichi consumatori di vino si sentissero al riparo da ogni effetto; e allora, a chiusura del banchetto e prima di dare avvio al simposio, si levava un brindisi in onore di Zeus *Sotèr*, Salvatore, cominciando con un vino vecchio segnato dalla fioretta⁶¹. Non era un caso che il brindisi fosse levato in onore di Zeus Salvatore, il garante dell'ordine cosmico, perché il dono di Dioniso, il vino, portava sempre con sé il rischio della regressione nella barbarie o della follia, che si poteva scatenare improvvisa e colpire gli uomini, riconducendoli al livello delle bestie, proiettandoli nel tempo pre-cosmico del «prima» mitico, quando essi erano ancora bestie ovvero non avevano ancora l'identità di uomini.



Dionysus who had taught the King of Athens Amphictyon to mix it with water⁵⁶. Thus they did not drink wine the way others did, like the King of Sparta Cleomenes, who had imitated the barbarian Scythians and drunk the wine pure with the result that he lost his reason, so that the expression «to pour wine in the Scythian manner» became a customary mode of saying that one wished to drink the wine pure⁵⁷. But it was precisely this «Scythian» mode of drinking wine, that is without mixing it with water, which could lead a man to *hybris*, or excess⁵⁸.

There was then an awareness of the effects that wine could produce, of a sort of ambiguity inherent in the juice of the grape, from which the tired man could draw strength or be weakened⁵⁹. Consequently the Greeks, like other peoples of the ancient world, had

excogitated a number of expedients to allow them to drink it without ill effects, practical tips one of the most common of which was to eat cabbage, the efficacy of which method had also been recognised by Aristotle⁶⁰. However, all this must not have appeared to be sufficient for the ancient wine-drinkers to feel protected from all effects, and so – at the end of the banquet and before launching the symposium – a toast was made to Zeus the Protector, the guarantor of cosmic order, because the gift of Dionysus, wine, always bore with it the risk of regression into barbarism or madness, which could break out unexpectedly and strike men, reducing them to the level of beasts, taking them back to the pre-cosmic time of the «before» myth, when they were still beasts, that is they did not yet have the identity of men.

Fig. 2.8 Kantharos attico a figure nere configurato a doppio volto di Dioniso. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 480 a.C.

Fig. 2.8 Attic black-figure Kantharos in the shape of a double Dionysus's face. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 480 b.C.



Fig. 2.9

Ma se il vino parlava il linguaggio della civiltà, se esso era il segno della vita civilizzata in quanto prodotto di un sapere, se infine il suo spazio privilegiato era quello simbolico, dove esso veniva trasferito a marcare significativamente il confine tra cultura e natura, ma anche canale e varco attraverso il quale si precipitava nel mondo sub-umano e pre-cosmico della barbarie, qualora prevalesse l'abuso, le forme più efficaci di controllo non potevano che risolversi anch'esse nella dimensione simbolica che si traduceva a sua volta in un sistema normativo etico, fondato comunque in una proiezione e trasfigurazione simbolica.

Si trattava di una proiezione e di una destoricizzazione istituzionali chiuse entro i limiti temporali della festa, all'interno dei quali veniva canalizzata la trasgressione per concederle periodicamente e temporaneamente uno spazio provvisorio. La festa era la forma più appropriata per continuare a esercitare un controllo su questa divina bevanda. Nella festa, dove anche il tempo quotidiano era prov-

But if wine spoke the language of civilisation, if it was the sign of a civilised life to the extent that it was a product of knowledge, and finally if its special sphere was the symbolic into which it was transferred to significantly indicate the boundary between culture and nature, but also the channel and passage through which one could precipitate into the sub-human and pre-cosmic world of barbarism in the case of abuse, then the most efficacious forms of control also had to unfurl in the symbolic dimension, which was in turn translated into an ethical normative system, founded upon a symbolic projection and transfiguration.

This was an institutional projection and de-historification confined within the temporal limits of the feast, into which transgression was channelled to allow it, periodically and temporarily, a provisional space. The feast was the most appropriate form for continuing to exert control over this divine beverage. At the feast, where everyday time too was

visoriamente sospeso per lasciare intervenire il tempo delle origini, attraverso l'azione rituale si rifondava il presente. In questo spazio, fisico e temporale, il consumo di vino consentiva una regressione nel tempo del mito, il tempo della trasformazione e del prodigio da cui erano scaturiti il presente e la civiltà. Il vino, prodotto di una trasformazione, nel tempo e nello spazio limitati della festa permetteva alla civiltà, che in lui trovava il proprio principio d'identificazione, una costante trasformazione simbolica che ne garantiva il perpetuarsi.

Questa festa ad Atene erano le Anthesterie⁶², la festa dei fiori, dedicata a Dioniso. Si trattava di una specie di Carnevale o di Capodanno, e contemporaneamente occasione in cui si sturavano le botti, *pithoi*, in cui era contenuto il vino nuovo. La festa durava tre giorni e il primo, chiamato appunto *Pithoigia*, era dedicato proprio all'apertura dei *pithoi*. I campioni di questo vino erano portati a un santuario di Dioniso, non ancora ben identificato, mescolati con

acqua in giuste proporzioni e offerti al dio. A questo punto potevano cominciare gli assaggi di coloro che partecipavano alla festa, dopo aver chiesto al dio che l'uso di questo *phármakon*, medicina ma anche veleno, fosse vantaggioso e senza danni⁶³, e allora il vino, finalmente desacralizzato, poteva essere avviato al consumo quotidiano. Il giorno successivo, detto *Choes*, i «boccali», prevedeva una gara ufficiale, annunciata dal suono della tromba. I concorrenti dovevano scolare il più rapidamente possibile il proprio boccale di vino e il premio era un otre di vino. Ma era un giorno che si concludeva anche nel silenzio di banchetti dove ciascun commensale portava il proprio cibo e il proprio vino e dove l'ospite offriva soltanto ghirlande di fiori, profumi e *dessert*. Probabilmente era un silenzio che preludeva a una specie di notte di Halloween, se il terzo giorno, *Chytrai*, le Marmitte o le Pentole, conosceva l'offerta di una zuppa di verdure varie, cotte appunto nelle marmitte, a Ermete Infernale. Era un'offerta che aveva lo scopo di

provisionally suspended to make way for the time of origins, the present was re-established through the ritual action. In this physical and temporal space the consumption of wine permitted a regression into the time of the myth, the time of transformation and prodigy which had unleashed the present and civilisation. Within the confined space and time of the feast, wine – product of a transformation – allowed civilisation, which found in wine its own principle of identification, a constant symbolic transformation which guaranteed its continuation.

In Athens this feast was the Anthesteria⁶¹, the feast of flowers, dedicated to Dionysus. It was a sort of Carnival or New Year's Eve feast, and at the same time an occasion when the *pithoi*, the jars containing the new wine, were ceremoniously opened. The feast lasted three days, and the first day, known as the *Pithoigia*, was devoted to the opening of the *pithoi*. Samples of the new wine were taken to a sanctuary of Dionysus, not

yet clearly identified, where they were mixed with water in the correct proportions and offered to the god. At this point those attending the feast could also begin the tasting, having interceded with the god so that the use of this *phármakon* – medicine but also poison – would be advantageous and not deleterious⁶², after which the wine, finally deconsecrated, could be used for daily consumption. On the following day, known as *Choes*, or libations, there was an official competition ushered in by the sound of a trumpet. The competitors vied to drain off their cups of wine as quickly as possible and the prize was a goatskin full of wine. But it was also a day that ended in the silence of banquets at which each diner brought his own food and his own wine, and where the host merely offered garlands of flowers, perfumes and dessert. It was probably the kind of silence that precedes a type of Halloween night, seeing that the third day, called *Chytrai*, or the pots, scheduled the ritual offering of

Fig. 2.9 Statua di sileno versante di marmo. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Datazione incerta (da originale del Tardo Ellenismo).

Fig. 2.9 Marble statue of a pouring silenus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Uncertain dating (from a Late Hellenistic original).



Fig. 2.10



Fig. 2.11

Fig. 2.10 Statua marmorea di Eros con pantera, restaurato come Dioniso. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età adrianea.

Fig. 2.11 Statua marmorea di Eros con pantera, restaurato come Dioniso. Particolare. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età adrianea.

Fig. 2.10 Marble statue of Eros with a panther; restored as Dionysus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Age of Hadrian.

Fig. 2.11 Marble statue of Eros with a panther; restored as Dionysus. Detail. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Age of Hadrian.

a soup of sundry pulses, cooked in the said pots, to Hermes in his role as god of the underworld. This offering was intended to placate the souls of the dead, and none of the living tasted this pottage so that they would not share in the «food of the dead». On this day the spirits of the deceased wandered freely about the city until evening time when the cry rang out: «Kere, dead, begone! The Anthesteria is ended!»⁶³. This was clearly a periodic ritualisation, through which disorder was channelled within the order of the city, which by now had control of and over the wine, because it had learned from Dionysus how to dilute it with water in the right proportions. The wine mixed with water deliv-

ered man from nature and indicated the level of culture. Plato, moreover, had no doubt about recognising in wine mixed with water the perfect metaphor for describing the social cohesion of his ideal city⁶⁴. The wine mixed with water was a product of the reason, which belonged not to the barbarians but to the Greeks⁶⁵, and within the sphere of the feast it discovered a way of re-establishing and reconstituting the order through which the identity of society was renewed.

In Rome, on the other hand, wine does not appear to have been so good to think or drink. And nor was any god, such as Dionysus, recognised as having the power of taking over men, even in an occasional and provisional

placare le anime dei defunti e nessuno dei vivi ne assaggiava, per non condividere il «cibo dei morti». Gli spiriti dei morti, in questo giorno, passeggiavano liberamente per la città, fino a che, sul far della sera, echeggiava un grido: «Kere, defunti, andatevene, le Antesterie sono finite!»⁶⁴. Si trattava senza dubbio di una ritualizzazione periodica, che canalizzava il disordine entro l'ordine della città, la quale aveva ormai il controllo del e sul vino, perché aveva appreso da Dioniso a tagliarlo con l'acqua in giusta misura. Il vino mescolato all'acqua sottraeva l'uomo alla natura e segnava il livello della cultura. Platone del resto non aveva avuto dubbi nel riconoscere nel vino miscelato con acqua il modello eccellente per descrivere la coesione sociale della sua ideale città⁶⁵. Il vino tagliato con acqua era un prodotto della ragione, che non apparteneva ai barbari, ma ai Greci⁶⁶, e nello spazio festivo esso trovava un orientamento per la rifondazione e ricostituzione dell'ordine attraverso cui si rinnovava l'identità della società.

A Roma, invece, il vino non sembrava altrettanto buono da pensare e da bere. E neppure si riconosceva a un dio, come Dioniso, il potere, per quanto periodico e provvisorio, di impadronirsi degli uomini. Quando perciò le città greche comin-

ciarono a declinare e il culto di Dioniso divenne uno strumento per fuggire il presente ed entrare in comunicazione con il dio, Roma, all'inizio della sua ascesa, rifiutò quel culto e lo condannò con il senatoconsulto del 186 a.C., trasformandolo in una religione malvagia e straniera, che si impadroniva della mente e che trascinava nella depravazione. Gli adoratori di Bacco bevevano il vino al di fuori dei canoni previsti dalla tradizione romana e divenivano insieme un secondo popolo (*alter populus*, dice Livio) all'interno dell'universo romano, trasformandosi in questo modo in una minaccia per l'ordine della repubblica romana, nella cui tradizione ideologica e culturale il vino appariva «cattivo da bere» e dunque «cattivo da pensare», con un capovolgimento rispetto allo schema greco⁶⁷.

I Romani dunque vissero male il loro rapporto con il vino. Per loro esso era effettivamente «festivo e superfluo», lasciato agli dei per ottenere la supremazia sui nemici all'epoca in cui Enea aveva dovuto affrontare i Rutuli di Turno per il dominio sul Lazio. In cambio della vittoria l'eroe troiano aveva votato a Giove il mosto della futura vendemmia⁶⁸, rinunciando così al vino. Si tratta di una fase prototipica della storia di Roma, un momento pre-cosmico, considerato come

manner. And so, when the Greek cities began to decline and the cult of Dionysus became a mode of escaping the present and entering into communication with the god, Rome – at the start of its ascent – rejected this cult, condemning it through the *senatusconsultum* of 186 b.C., transforming it into a wicked, foreign religion that took over the mind and led to depravation. The worshippers of Bacchus drank wine outside the canons laid down by Roman tradition and became a second people (*alter populus*, as Livy put) within the Roman universe, thus transforming themselves into a threat to the order of the Roman republic, in the ideological and cultural tradition of which wine appeared as «bad to drink» and hence

«bad to think», in a complete overturning of the Greek schema⁶⁶.

Therefore the Romans had a very negative relationship with wine. For them it was in effect «festive and superfluous», relinquished to the gods in return for supremacy over the enemy at the time when Aeneas had to tackle the Rutuli of Turnus to gain dominion over Latium. In exchange for the victory the Trojan hero had promised to Jupiter the must of the coming harvest⁶⁷, thus renouncing wine. This is a prototypical phase in the history of Rome, a pre-cosmic moment considered as the founding gesture of the *Vinalia priora* feast celebrated on April 23, when, in memory of the ancient vow, wine



Fig. 2.12 Statua di fauno in marmo. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. I-II sec. d.C.

Fig. 2.12 Marble statue of a faun. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. I-II century a.C.

was made to flow down from the Temple of Venus⁶⁸. This feast, held under the patronage of Jupiter and Venus, and officially intended as offering a libation of the *vinum novum* to Jupiter before releasing it for consumption – a mythical-ritual repetition of the prototype event starring Aeneas – in effect represented the final act in the wine cycle that began the previous year with the *Vinalia rustica* on 19 August. This feast was intended to celebrate the harvest, prudently in advance, and was

l'atto di fondazione dei *Vinalia priora* del 23 aprile, quando, in memoria dell'antico voto il vino era fatto colare giù dal tempio di Venere⁶⁹. Con questa festa, posta sotto la tutela di Giove e di Venere e ufficialmente destinata a libare il *vinum novum* a Giove prima di immetterlo al consumo, ripetizione mitico-rituale dell'evento prototipico di cui fu protagonista Enea, in realtà si chiudeva il ciclo del vino inauguratosi l'anno precedente con i *Vinalia rustica* del 19 agosto. Questi ultimi celebravano con prudente anticipo la vendemmia ed erano posti anch'essi sotto la tutela di Giove e di Venere; seguivano poi i *Meditrinalia* dell'11 ottobre, dai quali erano chiuse la vendemmia e la pigiatura dell'uva, dopo di che il vino era lasciato nei dogli a completare la vinificazione fino appunto ai *Vinalia* del 23 aprile dell'anno successivo⁷⁰.

Roma tuttavia non riuscì a liberarsi dei valori di cui il vino era stato caricato dalla tradizione greca, con cui da sempre fu in contatto. Lo pose sotto la tutela di Giove, lo chiamò *temetum* – era questo il vino devoluto agli dei, così chiamato

again under the patronage of Jupiter and Venus; it was then followed by the *Meditrinalia* on October 11, marking the end of the harvest and the grape-crushing, after which the wine was left in the jars to complete vinification, that is up to the *Vinalia* on April 23 of the following year⁶⁹.

However, Rome was not able to shrug off the values with which wine had been associated by the Greek tradition, with which it was constantly in contact. It set wine under the patronage of Jupiter; it called it *temetum* – this was the wine assigned to the gods, so named according to an ancient commentator *quod temptat mentem*⁷⁰ –, in the archaic age it was prohibited to women⁷¹, *nisi sacrorum causa certis diebus*⁷², «except on particular days for religious purposes», although the women did drink it, under the name of «milk» during the feasts in honour of Bona Dea, at which even the name of the

secondo un antico commentatore *quod temptat mentem*⁷¹ –, lo interdisse in età arcaica alle donne⁷², *nisi sacrorum causa certis diebus*⁷³, «se non in giorni stabiliti per motivi religiosi», le quali comunque lo bevevano sotto il nome di «latte» nel corso delle feste in onore di Bona Dea, nelle quali si dissimulava pure il nome del recipiente in cui era contenuto, che era chiamato *mellarium*⁷⁴. Per il resto uomini e donne bevevano regolarmente il vino e le donne in particolare i vini dolci e passiti⁷⁵. Ma se non riuscì a liberarsi del vino, Roma tuttavia ne accentuò le ambiguità, caricandolo di valori oscuri e cupi – Isidoro⁷⁶ ricorda che *veteres vinum venenum vocabant* – e ne fece lo strumento adottato da un padre, Fauno, selvaggio, *agrestis*⁷⁷, *silvicola*⁷⁸, per violare la propria figlia, Fauna⁷⁹.

Quest'atteggiamento fu in parte ereditato dal Cristianesimo, che trasformò il vino nel «sangue» di Cristo, proibendolo però alle giovani, che se ne dovevano tenere lontane come da un veleno, *ut venenum*⁸⁰, anche se poi Cesario di Arles⁸¹ avrebbe concesso che nei conventi le

monache in alcune circostanze potessero consumarlo soprattutto nel caso in cui fossero state *infirmas*.

Ambiguo e pericoloso benché fosse il sangue del Salvatore, anche per il cristianesimo il vino sarebbe rimasto sacro, così che avrebbe dovuto essere desacralizzato prima di essere immesso nei circuiti commerciali. E, infatti, a questo scopo Gregorio di Tours⁸² ritenne opportuno farlo preliminarmente benedire. Eppure, mentre la vite si presentava come l'albero della vita, la strada su cui passeggiavano i padri della chiesa⁸³, il vino assumeva i connotati della *corruptio*, della corruzione, della *delectatio peccati*, del piacere del peccato, dell'*amor mundi huius*, dell'amore per questo mondo⁸⁴, e le *Regulae monachorum* facevano ad ammetterlo sulle tavole dei monaci⁸⁵. L'uso liturgico tuttavia non poteva rinunciare al vino, né alla sua funzione simbolica, insieme al suo peso economico, accresciutosi proprio grazie all'attività dei monasteri che nel Medio Evo presero a preservare e perpetuare la coltivazione delle viti e la vinificazione.

recipient containing it was concealed, being called *mellarium*⁷³. Moreover, both men and women regularly drank wine, and women in particular the sweet and *passito* wines⁷⁴. But although Rome could not rid itself of wine, it nevertheless underscored its ambiguity, investing it with obscure and dark overtones – Isidore of Seville⁷⁵ recalls that *veteres vinum venenum vocabant* – and made it into the tool used by a father Faunus, savage, *agrestis*⁷⁶, *silvicola*⁷⁷, to abuse his own daughter, Fauna⁷⁸.

This attitude was partially inherited by Christianity, which transformed the wine into the «blood» of Christ, albeit prohibiting it for the young women, who were to keep away from it like poison, *ut venenum*⁷⁹, even though later Saint Caesarius of Arles⁸⁰ allowed that in the convents the nuns could consume it in certain circumstances, especially in the case of their being *infirmas*.

Ambiguous and dangerous, despite being the blood of the Saviour, for Christianity too the blood remained sacred, so that it had to be deconsecrated before being released on the commercial circuits. Indeed, to this end Gregory of Tours⁸¹ deemed it expedient to have it previously blessed. And yet, while the vine was presented as the tree of life, the path along which the Fathers of the church walked⁸², wine took on the connotations of *corruptio*, corruption, of *delectatio peccati*, the pleasure of sin, of *amor mundi huius*, love of this world⁸³, and the monastic rules had difficulty setting it upon the trestles of the convent refectories⁸⁴. However, liturgical usage could not do without wine or without its symbolic function, nor the church without its economic impact, which grew precisely through the labours of the monks in the Middle Ages who preserved and perpetuated the practices of vine-growing and winemaking.

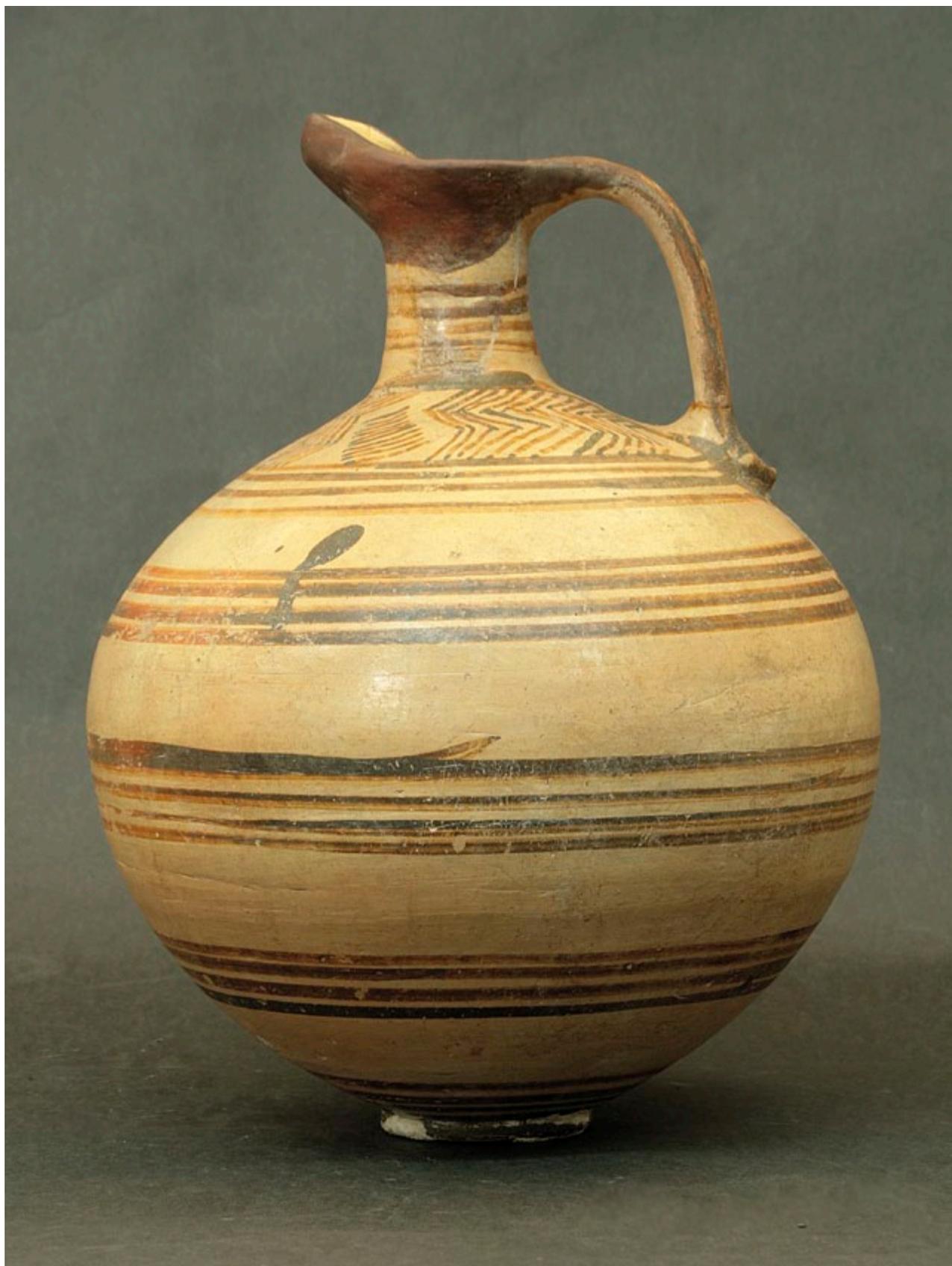


Fig. 2.13 Oinochoe micenea a becco obliquo in argilla semidepurata decorata a motivi geometrici. Da Rodi (Grecia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Produzione micenea. Periodo Tardo Elladico IIIA2 (ca. 1390-1330 a.C.).

Fig. 2.13 Mycenaean oblique-spouted Oinochoe, semi-purified clay, with geometric motifs. From Rhodes (Greece). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Mycenaean product. Late Helladic IIIA2 (ca. 1390-1330 b.C.).



Fig. 2.14



Fig. 2.15

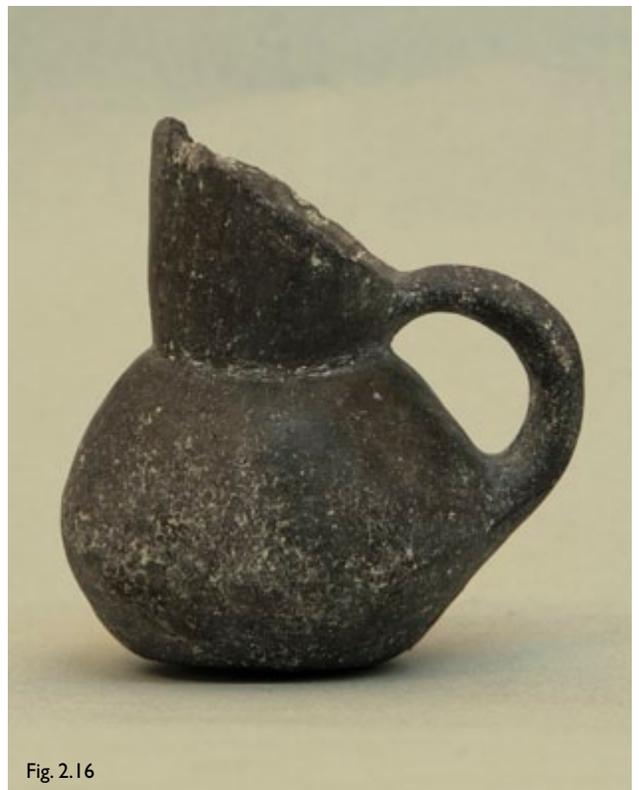


Fig. 2.16

Fig. 2.14 Skyphos miceneo in argilla semidepurata con decorazione a spirali. Da Rodi (Grecia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Periodo Tardo Elladico III B2 (ca. 1330-1200 a.C.).

Fig. 2.15 Brocchetta miniaturistica globulare di ceramica brunita. Da Yortan (Turchia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Bronzo Antico II-III (3000-2500 a.C.).

Fig. 2.16 Brocchetta globulare di ceramica brunita. Da Yortan (Turchia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Bronzo antico II-III (3000-2500 a.C.).

Fig. 2.14 Mycenaean Skyphos, semi-purified clay, with spiral motifs. From Rhodes (Greece). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late Helladic III B2 (ca. 1330-1200 b.C.).

Fig. 2.15 Globe-shaped miniature jug, burnished ceramic. From Yortan (Turkey). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Ancient Bronze II-III (3000-2500 b.C.).

Fig. 2.16 Globe-shaped jug, burnished ceramic. From Yortan (Turkey). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Ancient Bronze (3000-2500 b.C.).



Fig. 2.17

Fig. 2.17 Brocchetta globulare di ceramica brunita a decorazione incisa. Da Yortan (Turchia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Bronzo Antico II-III (3000-2500 a.C.).

Fig. 2.18 Brocca monoansata di ceramica con decorazione dipinta a fasce. Da Cipro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Periodo Cipro Arcaico I (ca. 750-600 a.C.).

Fig. 2.19 Piccola olla a corpo biconico in argilla. Da Syros (Grecia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Antico Cicladio II (2800-2300 a.C.).

Fig. 2.20 Ciotola di ceramica White slip II con decorazione geometrica. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Periodo tardo cipriota (ca. 1450-1200 a.C.).

Fig. 2.21 Ciotola di ceramica White slip II con decorazione geometrica. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Periodo tardo cipriota (ca. 1450-1200 a.C.).

Fig. 2.17 Globe-shaped jug with engraved motifs, burnished ceramic. From Yortan (Turkey). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Ancient Bronze II-III (3000-2500 b.C.).

Fig. 2.18 Single-handled ceramic jug painted with friezes. From Cyprus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Cyprus Archaic I (ca. 750-600 b.C.).

Fig. 2.19 Small clay vase, with split tapered body. From Syros (Greece). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Ancient Cycladic II (2800-2300 b.C.).

Fig. 2.20 White Slip II ceramic bowl with geometric motifs. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late Cypriot II (ca. 1450-1200 b.C.).

Fig. 2.21 White Slip II ceramic bowl with geometric motifs. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late Cypriot II (ca. 1450-1200 b.C.).

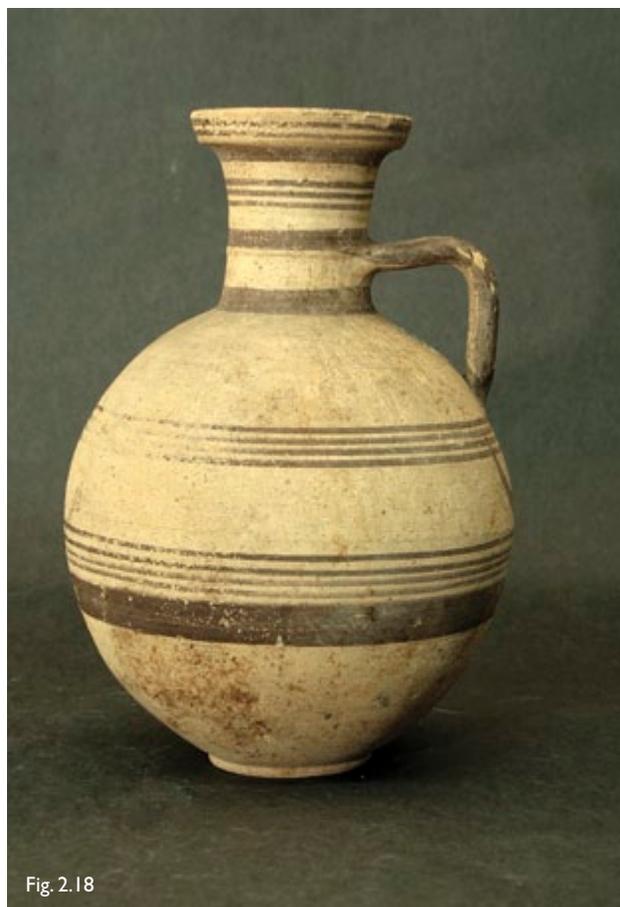


Fig. 2.18



Fig. 2.19



Fig. 2.20



Fig. 2.21

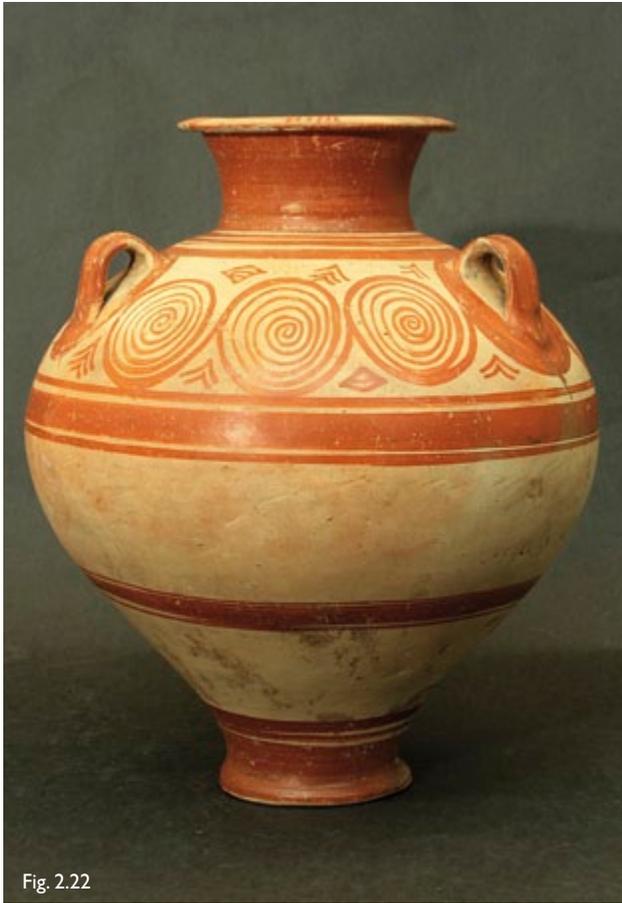


Fig. 2.22



Fig. 2.23

Fig. 2.22 Giara piriforme triansata in argilla semidepurata con decorazione dipinta a fasce e spirali. Produzione micenea. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Periodo tardo elladico (ca. 1390-1330 a.C.).

Fig. 2.23 Kylix micenea su piede in argilla semidepurata con decorazione a motivi zoomorfi. Da Rodi (Grecia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Periodo Tardo Elladico IIIB (ca. 1330-1200 a.C.).

Fig. 2.24 Coppa biansata di ceramica Bichrome IV su piede con decorazione dipinta a fasce e cerchi concentrici. Da Cipro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 750-600 a.C.

Fig. 2.25 Ciotola biansata in argilla con decorazione a fasce e motivi zoomorfi. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Periodo Tardo Elladico IIIB (ca. 1330-1200 a.C.).

Fig. 2.26 Anfora di ceramica White Painted IV con decorazione dipinta a fasce. Da Cipro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 750-600 a.C.

Fig. 2.27 Anfora di ceramica con decorazione dipinta a fasce e cerchi concentrici. Da Cipro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Periodo Cipro Arcaico I (ca. 750-600 a.C.).

Fig. 2.22 Three-handed pear-shaped jar, semi-purified clay, painted with friezes and spiral motifs. Mycenaean product. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late Helladic (ca. 1390-1330 b.C.).

Fig. 2.23 Mycenaean footed kylix, painted with zoomorphic motifs, semipurified clay. From Rhodes (Greece). Firenze, Museo Archeologico Nazionale Late Helladic IIIB (ca. 1330-1200 b.C.).

Fig. 2.24 Bichrome IV footed, two handle ceramic cup, painted with friezes and concentric circles. From Cyprus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale 750-600 b.C.

Fig. 2.25 Two-handled clay bowl with friezes and zoomorphic motifs. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late Helladic IIIB (ca. 1330-1200 b.C.).

Fig. 2.26 White Painted IV ceramic amphora, painted with friezes. From Cyprus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 750-600 a.C.

Fig. 2.27 Ceramic Amphora, painted with friezes and concentric circle. From Cyprus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Cyprus Archaic I (ca. 750-600 b.C.).



Fig. 2.24



Fig. 2.25

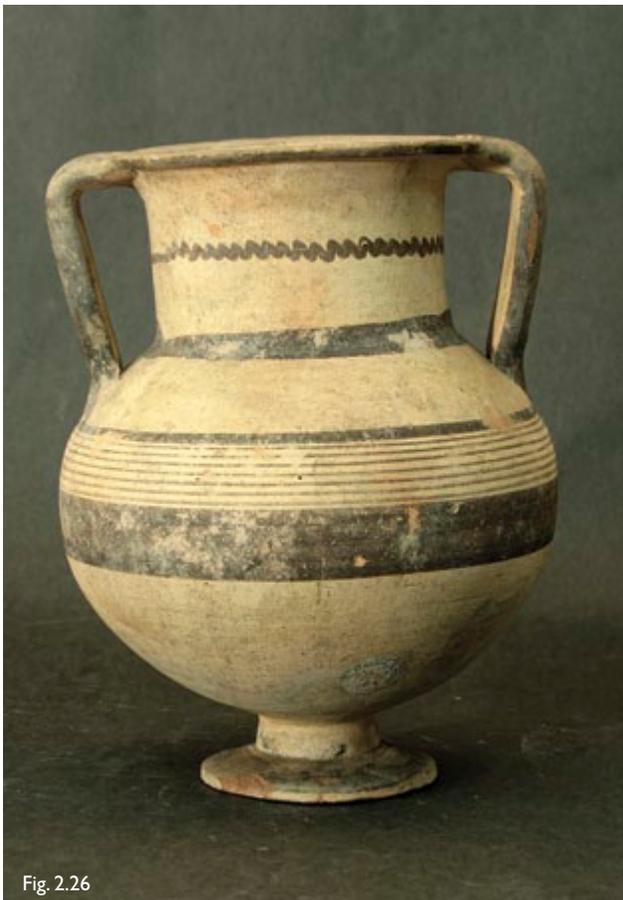


Fig. 2.26



Fig. 2.27

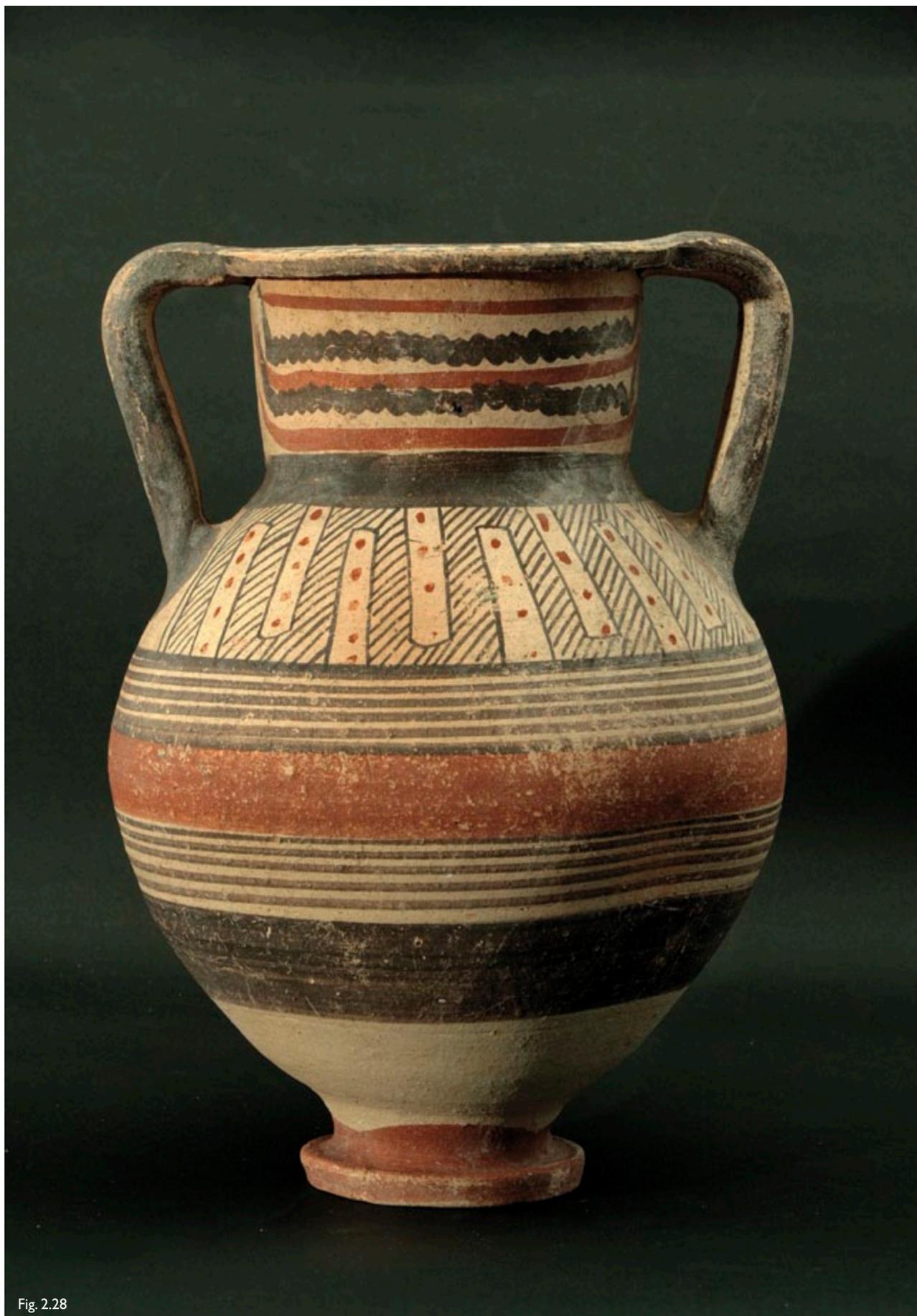


Fig. 2.28



Fig. 2.29

Fig. 2.28 Anfora di ceramica Bichrome IV con decorazione dipinta a fasce motivi geometrici. Da Cipro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 700-600 a.C.

Fig. 2.29 Kilix micenea su piede in argilla semidepurata con decorazione dipinta a fasce e archi trilobati. Da lalysos, Rodi (Grecia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Produzione micenea. 1390-1330 a.C.

Fig. 2.28 Bichrome IV ceramic amphora, painted with friezes and geometric motifs. From Cyprus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 700-600 b.C.

Fig. 2.29 Mycenaean footed kilix, semi-purified clay with painted friezes and trefoil arches. From lalysos, Rhodes (Greece). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Mycenaean product. 1390-1330 b.C.



Fig. 2.30

Fig. 2.30 Bicchiere cilindrico monoansato miceneo in argilla semidepurata con decorazione dipinta a spirali. Da lalysos, Rodi (Grecia). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Produzione micenea 1390-1330 a.C.

Fig. 2.31 Statuetta in bronzo di erote accovacciato con grappolo d'uva. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età imperiale.

Fig. 2.32 Statuetta in bronzo di bambino accovacciato con grappolo d'uva. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età imperiale.

Fig. 2.33 Askòs a vernice nera a forma di sileno. Da Toscana. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. IV-VI sec. a.C.

Fig. 2.30 Mycenaean single-handled tapered tumbler, semi-purified clay, painted with spiral motifs From lalysos, Rhodes (Greece) Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Mycenaean product. 1390-1330 b.C.

Fig. 2.31 Small bronze statue of a crouching eros with a bunch of grapes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Imperial age.

Fig. 2.32 Small bronze statue of a crouching child with a bunch of grapes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Imperial age.

Fig. 2.33 Black-painted silenus-shaped Askòs. From Toscana. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. IV-VI century b.C.



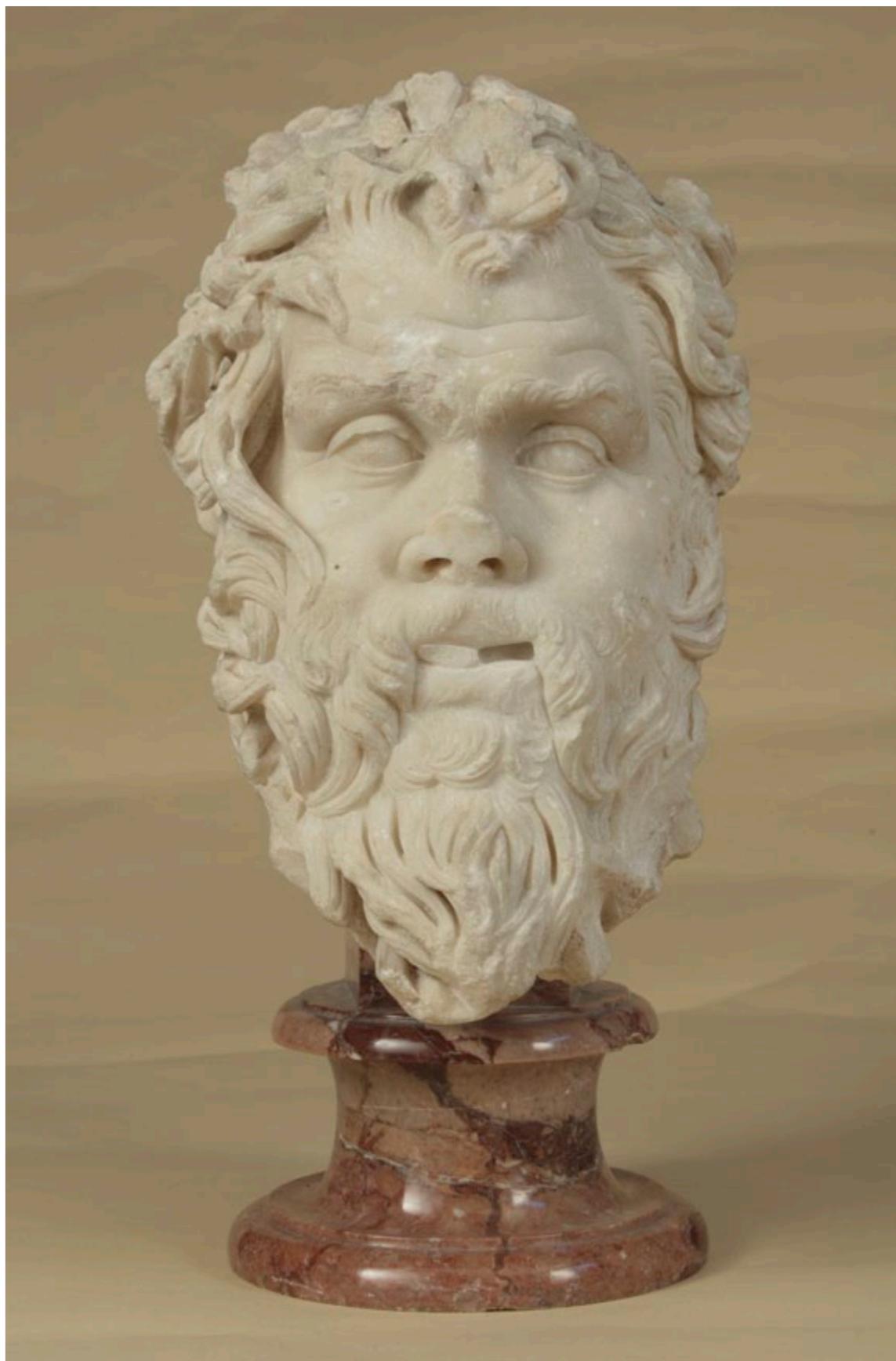


Fig. 2.34 Testa di marmo di satiro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III sec. d. C.

Fig. 2.34 Marble head of a satyr: Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III century a.C.

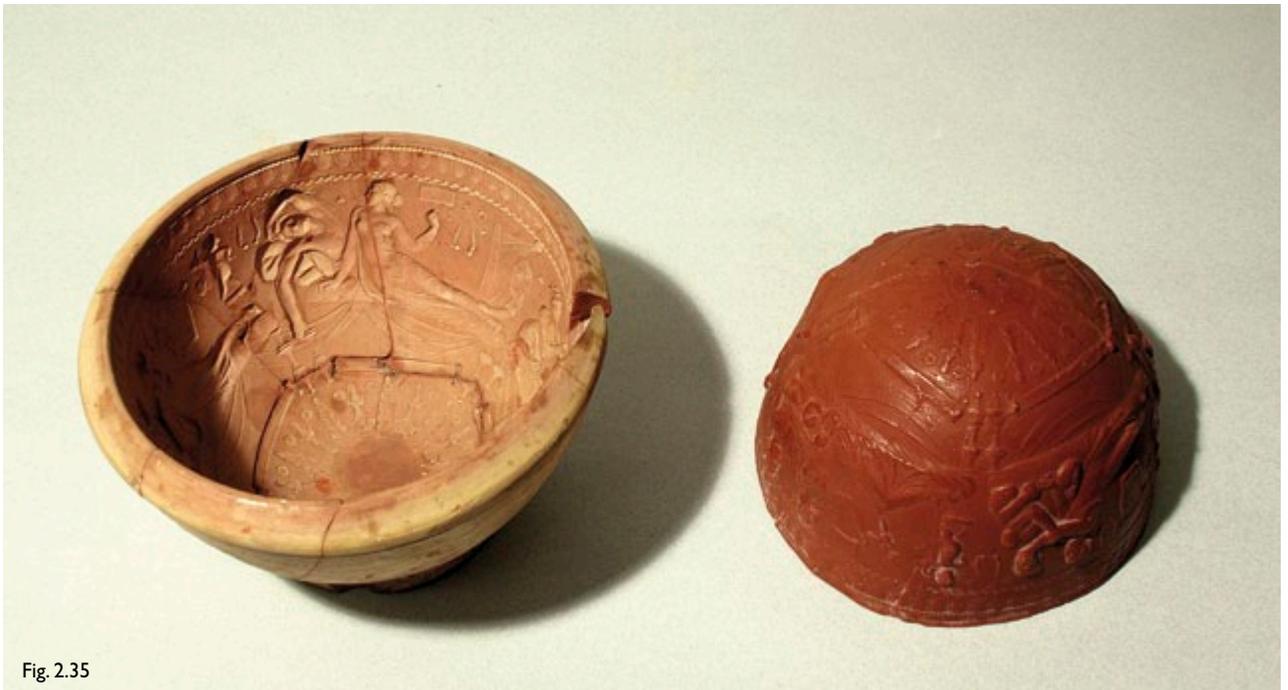


Fig. 2.35

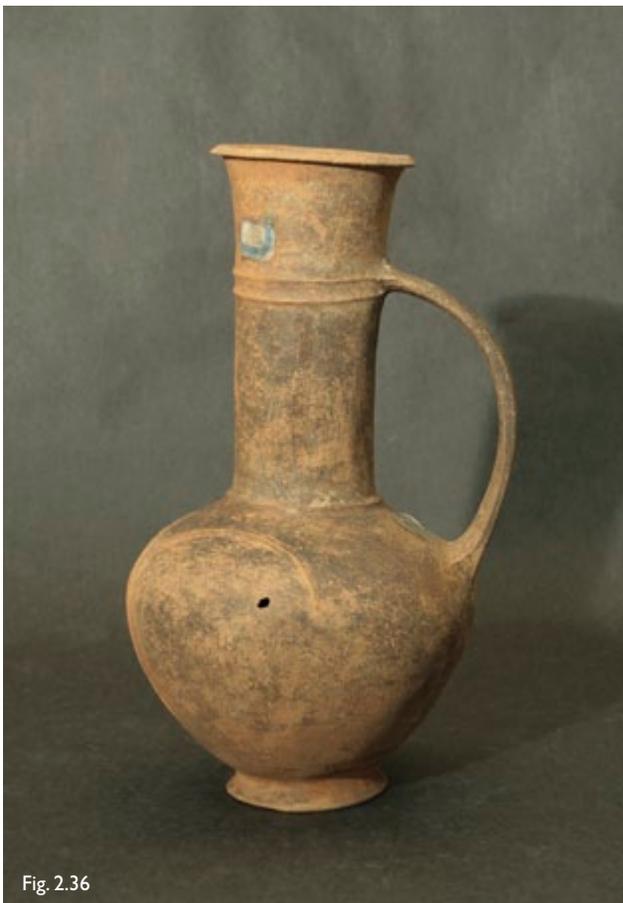


Fig. 2.36



Fig. 2.37

Fig. 2.35 Matrice per coppa in Terra Sigillata e riproduzione. Scena di simposio. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età augustea.

Fig. 2.36 Brocca di ceramica White Painted V-VI con tracce di decorazione dipinta. Da Cipro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 1600-1450 a.C.

Fig. 2.37 Statuetta di Priapo in bronzo. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età imperiale.

Fig. 2.35 Terra Sigillata cup mould and replica. Symposion scene. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Augustan age.

Fig. 2.36 White Painted V-VI ceramic jug, with traces of painted motifs. From Cyprus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 1600-1450 b.C.

Fig. 2.37 Small bronze statue of Priapus. Museo Archeologico Nazionale. Imperial age.

Note

¹ Cfr. G. Forni, *Genesi e diffusione della viti-vinicoltura dal Mediterraneo orientale alla Cisalpina*, in G. Forni – A. Scienza, *2500 anni di cultura della vite nell'ambito alpino e cisalpino*, Trento, 1996, pp. 19-183, per una rassegna delle ipotesi di ricostruzione.

² Cfr. P. Scarpi, *Il senso del cibo*, Palermo, 2005, pp. 14-15.

³ Cfr. F. Fedele, *L'evidenza impalpabile: il bere nella preistoria europea*, in P. Scarpi (a cura di), *Storie del vino*, Homo Edens II, Milano, 35-68, 1991: 36-37.

⁴ Cfr. D. Sabbatucci, *La prospettiva storico-religiosa*, Roma, 2000, pp. 67-68 e sgg.

⁵ Si vedano J. Goody, *L'addomesticamento del pensiero selvaggio*, trad. it., Milano, 1981 e Id., *The Logic of Writing and the Organization of Society*, Cambridge, 1986.

⁶ D. Silvestri, *Saperi e sapori mediterranei*, in G. Manetti – P. Bertetti – A. Prato (a cura di), *Semiofood. Comunicazione e*

cultura del cibo, Torino, pp. 59-73, 2006: 63-66

⁷ Cfr. C. Grottanelli, *Carne e vino: misura e dismisura*, in P. Scarpi (a cura di), *Storie del vino*, Homo Edens II, Milano, 1991, pp. 151-166.

⁸ RS 24, 258, citato in Grottanelli *Carne e vino*, cit., pp. 157-58, 165 n. 10.

⁹ *Genesi*, 9, 18-27.

¹⁰ S. Donadoni, *La religione greca*, trad. it., Milano², 1959, pp. 203-204.

¹¹ Cfr. Grottanelli, *Carne e vino*, cit., p. 164; vedi oltre.

¹² Cfr. Forni, *Genesi e diffusione della viti-vinicoltura*, cit., pp. 56-80.

¹³ F.M. Fales, *Razioni di vino per la corte assira*, in P. Scarpi (a cura di), *Storie del vino*, Homo Edens II, Milano, 185-92, 1991, 188 e *passim*.

¹⁴ Ateneo, I 34b.

¹⁵ Ateneo, I 34b.

¹⁶ Cfr. G. Filoramo, *Simboli enoici dell'universo cristiano*, in O. Longo – P. Scarpi, *Della vite e del vino*, Milano, 1999, pp. 32-59: *passim* e p. 56.

Endnotes

¹ Cf. G. Forni, *Genesi e diffusione della viti-vinicoltura dal Mediterraneo orientale alla Cisalpina*, in G. Forni – A. Scienza, *2500 anni di cultura della vite nell'ambito alpino e cisalpino*, Trento, 1996, pp. 19-183, for a review of the reconstruction theories.

² Cf. P. Scarpi, *Il senso del cibo*, Palermo, 2005, pp. 14-15.

³ Cf. F. Fedele, *L'evidenza impalpabile: il bere nella preistoria europea*, in P. Scarpi (a cura di), *Storie del vino*, Homo Edens II, Milano, 35-68, 1991: 36-37.

⁴ Cf. D. Sabbatucci, *La prospettiva storico-religiosa*, Roma, 2000, pp. 67-68 and ff.

⁵ See J. Goody, *L'addomesticamento del pensiero selvaggio*, transl., Milano, 1981 and Id., *The Logic of Writing and the Organization of Society*, Cambridge, 1986.

⁶ D. Silvestri, *Saperi e sapori mediterranei*, in G. Manetti – P. Bertetti – A. Prato (a cura di), *Semiofood. Comunicazione e cultura del cibo*, Torino, pp. 59-73, 2006: 63-66

⁷ Cf. C. Grottanelli, *Carne e vino: misura e dismisura*, in P. Scarpi (a cura di), *Storie del vino*, Homo Edens II, Milano, 1991, pp. 151-166.

⁸ RS 24, 258, cited in Grottanelli, *Carne e vino*, pp. 157-58, 165 no. 10.

⁹ *Genesis*, 9:18-27.

¹⁰ S. Donadoni, *La religione greca*, transl., Milano², 1959, pp. 203-204.

¹¹ Cf. Grottanelli, *Carne e vino*, I 64; see below.

¹² Cf. Forni, *Genesi e diffusione della viti-vinicoltura*, pp. 56-80.

¹³ F.M. Fales, *Razioni di vino per la corte assira*, in P. Scarpi (a cura di), *Storie del vino*, Homo Edens II, Milano, 185-92, 1991, p. 188 and *passim*.

¹⁴ Athenaeus, I 34b.

¹⁵ *De agricultura* 25. Cf. Pliny, *Nat. Hist.* XIV 86. For other chronologically different examples, see also T. Unwin *Storia del vino*, transl., Roma, pp. 163, 171, 173, 270.

¹⁶ Cf. G. Filoramo, *Simboli enoici dell'universo cristiano*, in O. Longo – P. Scarpi, *Della vite e*

¹⁷ Per esempio Tacito, *Germ.* 23; Paolo Diacono, *Hist. Lang.* I 5; Giona di Bobbio, *Vita Columbani*, capp. 16-17, 27.

¹⁸ Cfr. P. Tombeur, *L'allégorie de la vigne et du vin dans la tradition occidentale*, in *Image & Réalité du Vin en Europe*, Actes du Colloque pluridisciplinaire sur le vin et les sciences, Louvain-la-Neuve 28 septembre-1^{er} octobre, 1988, pp. 181-273: *passim*; M. Montanari, *Alimentazione e cultura nel Medioevo*, Roma-Bari, 1988, pp. 14-15. Si veda per esempio Giovanni 15, 1-5.

¹⁹ M. Douglas, *Antropologia e simbolismo*, trad. it., Bologna, 1985, p. 165.

²⁰ Cfr. M. Montanari – F. Sabban, *Atlante della alimentazione e della gastronomia*, I, Torino, 2004a, pp. 76-77, 96-97. Per gli aspetti tecnici di produzione e consumo del vino in Grecia: M. J. García Soler, *El arte de comer en la antigua Grecia*, Madrid, 2001, pp. 283-311.

²¹ *Odissea*, IX 198.

²² *Iliade*, XI 639-40.

²³ Ateneo, I 25f.

²⁴ Ateneo, I 32c.

²⁵ Ateneo, I 28d.

²⁶ Ateneo, I 29b-c.

²⁷ Cfr. Montanari – Sabban, *Atlante della alimentazione e della gastronomia*, cit., pp. 96-97.

²⁸ Ateneo, I 26c-d. Cfr. del pari Ateneo, I 26e-f, 27 a-d; Plinio, *Nat. Hist.*, XIV 69.

²⁹ Come riconosceva un antico commentatore dell'*Iliade*: scolio A ad *Il.* XII 239.

³⁰ Cfr. Montanari – Sabban, *Atlante della alimentazione e della gastronomia*, cit., pp. 76-77.

³¹ Ateneo, I 26b-c.

³² In Ateneo I 29c, f.

³³ *Odissea*, IX 196-201; cfr. *infra*.

³⁴ Ateneo, I 29e-f; cfr. Teofrasto, *Hist. plant.*, IX 18, 10.

³⁵ Sofocle. frg. 255 Radt (pp. 242-43).

³⁶ Euforione, frg. 100 Powell.

³⁷ Diodoro Siculo, III 66, 1.

³⁸ Pausania, VI 26, 2.

³⁹ Pausania, VII 26, 10-11; Ateneo, I 34a.

del vino, Milano, pp. 32-59, 1999: *passim* and p. 56.

¹⁷ For example Tacitus, *Germania*, 23; Paul the Deacon, *Historia Langobardorum*. I 5; Jonas of Bobbio, *Vita Columbani*, chs. 16-17, 27.

¹⁸ Cf. P. Tombeur, *L'allégorie de la vigne et du vin dans la tradition occidentale*, in *Image & Réalité du Vin en Europe*, Actes du Colloque pluridisciplinaire sur le vin et les sciences, Louvain-la-Neuve 28 septembre-1^{er} octobre, 1988, pp. 181-273: *passim*; M. Montanari, *Alimentazione e cultura nel Medioevo*, Roma-Bari, 1988, pp. 14-15. See for example John 15:1-5.

¹⁹ M. Douglas, *Antropologia e simbolismo*, transl., Bologna, 1985, p. 165.

²⁰ Cf. M. Montanari – F. Sabban, *Atlante della alimentazione e della gastronomia*, I, Torino, 2004a, pp. 76-77, 96-97. For the technical aspects of the production and consumption of wine in Greece: M. J. García Soler, *El arte de comer en la antigua Grecia*, Madrid, 2001, pp. 283-311.

²¹ *Odyssey*, IX 198.

²² *Iliad*, XI 639-40.

²³ Athenaeus, I 25f.

²⁴ Athenaeus, I 32c.

²⁵ Athenaeus, I 28d.

²⁶ Athenaeus, I 29b-c.

²⁷ Cf. Montanari – Sabban, *Atlante della alimentazione e della gastronomia*, pp. 96-97.

²⁸ Athenaeus, I 26c-d. Cf. also Athenaeus, I 26e-f, 27 a-d; Pliny, *Nat. Hist.*, XIV 69

²⁹ As recognised by an antique commentator on the *Iliad*: scholia A on *Il.* XII 239.

³⁰ Cf. Montanari – Sabban, *Atlante della alimentazione e della gastronomia*, pp. 76-77.

³¹ Athenaeus, I 26b-c.

³² In Athenaeus I 29c, f.

³³ *Odyssey*, IX 196-201; cf. *infra*.

³⁴ Athenaeus, I 29e-f; cf. Theophrastus, *Hist. plant.*, IX 18, 10.

³⁵ Sophocles. frag. 255 Radt (pp. 242-43).

³⁶ Euphorion, frag. 100 Powell.

³⁷ Diodorus Siculus, III 66, 1.

³⁸ Pausanias, VI 26, 2.

³⁹ Pausanias, VII 26, 10-11; Athenaeus, I 34a.

- ⁴⁰ Pausania, VI 26, 1.
⁴¹ Ateneo, I 30d.
⁴² *Iliade*, XI 639-40.
⁴³ Ateneo, I 30c-e.
⁴⁴ Aristotele frg. 596 Rose = Ateneo, I 31c.
⁴⁵ Ateneo, I 31b.
⁴⁶ Cfr. Scarpi, *Il senso del cibo*, cit. pp. 36-7
⁴⁷ Cfr. *ivi*, p. 39
⁴⁸ Cfr. *ivi*, p. 41,
⁴⁹ Cfr. Euripide, *Baccanti*, 274-85; Paniassi, frgg. 16-17, 19 Bernabé.
⁵⁰ Ateneo, II 36d.
⁵¹ *Odissea*, IX 171-566.
⁵² Esiodo, *Theog.* 144-145.
⁵³ *Odissea*, IX 198.
⁵⁴ Per queste proporzioni cfr. O. Longo, *Il dono di Dioniso*, in N. Siliprandi e R. Venerando (a cura di), *Natura e nobiltà del vino*, Venezia, pp. 9-20, 1997: 13-14; Id., *Acqua nel vino greco*, in Id., *L'universo dei Greci*, Venezia, pp. 251-268, 2000: 265 sgg.
- ⁵⁵ Ateneo I 32a-e.
⁵⁶ Filocoro citato in Ateneo, II 38c.
⁵⁷ Erodoto VI 84; Ateneo X 427a-b.
⁵⁸ Anacreonte fr. 33 Gentili.
⁵⁹ *Iliade*, VI 255-68.
⁶⁰ *Probl.* III 17, 873b. Cfr. Ateneo, I 34c-e.
⁶¹ Ateneo, I 29b.
⁶² Cfr. H. W. Parke, *The Festivals of Athenians*, London, 1977, pp. 107-108; W. Burkert, *La religione greca*, trad. it., Milano², 2003, pp. 437-444.
⁶³ Plutarco, *Quaest. conv.* 655e.
⁶⁴ *Suidas*, s.v. *thýraze*.
⁶⁵ *Leg.* 773 c-d.
⁶⁶ Plutarco, *de virt. mor.* 451 c-d.
⁶⁷ P. Scarpi, *Le religioni dei misteri*, I, Milano⁴, 2004: Dionisismo H 1-2. Cfr. E. Montanari, *Identità culturale e conflitti religiosi nella Roma repubblicana*, Roma, 1988, pp. 119-136.
⁶⁸ Ovidio, *Fasti*, IV 887-95. Cfr. *CIL* I², p. 236; Catone in Macrobio, *Saturn.*, III 5,10; Plutarco, *Quaest. Rom.*, 275e; Var-
- ⁴⁰ Pausanias, VI 26, 1.
⁴¹ Athenaeus, I 30d.
⁴² *Iliad*, XI 639-40.
⁴³ Athenaeus, I 30c-e.
⁴⁴ Aristotle frag. 596 Rose = Athenaeus, I 31c.
⁴⁵ Athenaeus, I 31b.
⁴⁶ Cf. Scarpi, *Il senso del cibo*, pp. 36-7
⁴⁷ Cf. *ibidem*, p. 39
⁴⁸ Cf. *ibidem*, p. 41,
⁴⁹ Cf. Euripides, *Bacchae*, 274-85; Paniassi, frags. 16-17, 19 Bernabé.
⁵⁰ Athenaeus, II 36d.
⁵¹ *Odyssey*, IX 171-566.
⁵² Hesiod, *Theog.* 144-145.
⁵³ *Odyssey*, IX 198.
⁵⁴ For these proportions, cf. O. Longo, *Il dono di Dioniso*, in N. Siliprandi e R. Venerando (a cura di), *Natura e nobiltà del vino*, Venezia, pp. 9-20, 1997: 13-14; Id., *Acqua nel vino greco*, in Id., *L'universo dei Greci*, Venezia, pp. 251-268, 2000: 265 265 ff.
⁵⁵ Athenaeus I 32a-e.
⁵⁶ Philochorus cited in Athenaeus, II 38c.
- ⁵⁷ Herodotus, VI 84; Athenaeus, X 427a-b.
⁵⁸ Anacreon, fr. 33 Gentili.
⁵⁹ *Iliad*, VI 255-68.
⁶⁰ *Probl.* III 17, 873b. Cf. Athenaeus, I 34c-e.
⁶¹ Cf. H. W. Parke, *The Festivals of Athenians*, London, 1977, pp. 107-108; W. Burkert, *La religione greca*, trad. it., Milano², 2003, pp. 437-444.
⁶² Plutarch, *Quaest. conv.* 655e.
⁶³ *Suidas*, s.v. *thýraze*.
⁶⁴ *Leg.* 773 c-d.
⁶⁵ Plutarch, *de virt. mor.* 451 c-d.
⁶⁶ P. Scarpi, *Le religioni dei misteri*, I, Milano⁴, 2004: Dionisismo H 1-2. Cf. E. Montanari, *Identità culturale e conflitti religiosi nella Roma repubblicana*, Roma, 1988, pp. 119-136.
⁶⁷ Ovid, *Fasti*, IV 887-95. Cf. *CIL* I², p. 236; Cato in Macrobius, *Saturn.*, III 5,10; Plutarch, *Quaest. Rom.*, 275e; Varrus in Pliny, *Nat. Hist.*, XIV 88.
⁶⁸ Plutarch, *Quaest. Rom.*, 275e.
⁶⁹ Cf. D. Sabbatucci, *La religione di Roma antica. Dal calendario festivo all'ordine cosmico*, Milano, 1988, pp. 132-138, 273-274, 327-328; Mon-

rone in Plinio, *Nat. Hist.*, XIV 88.

⁶⁹ Plutarco, *Quaest. Rom.*, 275e.

⁷⁰ Cfr. D. Sabbatucci, *La religione di Roma antica. Dal calendario festivo all'ordine cosmico*, Milano, 1988, pp. 132-138, 273-274, 327-328; Montanari, *Identità culturale e conflitti religiosi nella Roma repubblicana*, cit., pp. 142-155. pp.

⁷¹ Donato, commento a Terenzio, *Andria*, I, 14, 2. Il problema della formazione del termine è dibattuto in L. Agostiniani, *Il vino degli Etruschi: la lingua*, in D. Tomasi – C. Cremonesi (a cura di), *L'avventura del vino nel bacino del Mediterraneo*, Atti del Simposio internazionale Conegliano 30 settembre-2 ottobre 1998, Treviso, pp. 103-108.

⁷² Plinio, *Nat. Hist.*, XIV 89; Servio, commento a Virgilio, *Aen.*, I 737.

⁷³ Isidoro, *Etym.*, XX 3, 2.

⁷⁴ Macrobio, *Saturn.*, I 12, 25; Plutarco, *Quaest. Rom.*, 268d-e; Lattanzio, *div. inst.*, I 22, 11.

⁷⁵ L'elenco sarebbe lungo: ne ricordo i più noti: il *passum* o vino passito si ricavava naturalmente attraverso la spremitura di uva passa; il *defrutum* o *sapa* si otteneva dal mosto cotto; vino cotto era il *caroenum*; *mulsum* era il vino addolcito con il miele.

⁷⁶ *Etym.*, XX 3, 2.

⁷⁷ Ovidio, *Fasti*, II 193.

⁷⁸ Virgilio, *Aen.*, X 551.

⁷⁹ Macrobio, *Saturn.*, I 12, 23-24, 27; Lattanzio, *div. inst.*, I 22, 10.

⁸⁰ Gerolamo in Isidoro, *Etym.*, XX 3, 2.

⁸¹ *Regulae ad virgines*, 30.

⁸² Cfr. A. Franz, *Die kirchlichen Benediktionen im Mittelalter*, I, Freiburg i.B., 1909, pp. 284-285, 307-308.

⁸³ Gregorio Magno, *Moralia in Iob*, XVI 66, 18-20.

⁸⁴ *Allegoriae in universam Sacram Scripturam*, in «Patrologia Latina», CXII, cll. 1078- 79.

⁸⁵ Si veda Filoramo, *Simboli enoici dell'universo cristiano*, cit., pp. 34 sgg.

tanari, *Identità culturale e conflitti religiosi nella Roma repubblicana*, pp. 142-55.

⁷⁰ Donatus, commentary on Terence, *Andria*, I, 14, 2. The question of the formation of the term is discussed in L. Agostiniani, *Il vino degli Etruschi: la lingua*, in D. Tomasi – C. Cremonesi (a cura di), *L'avventura del vino nel bacino del Mediterraneo*, Atti del Simposio internazionale Conegliano 30 settembre-2 ottobre 1998, Treviso, pp. 103-108.

⁷¹ Pliny, *Nat. Hist.*, XIV 89; Servius, commentary on Virgil, *Aen.*, I 737.

⁷² Isidore, *Etymologiae*, XX 3, 2.

⁷³ Macrobius, *Saturn.*, I 12, 25; Plutarch, *Quaest. Rom.*, 268d-e; Lactantius, *Divinae Institutiones*, I 22, 11.

⁷⁴ The list would be long; I mention only the most famous: the *passum* or *passito* wine was made naturally through the pressing of dried

grapes; the *defrutum* or *sapa* was made from cooked must; cooked wine was the *caroenum*; *mulsum* was the wine sweetened with honey.

⁷⁵ *Etymologiae*, XX 3, 2.

⁷⁶ Ovid, *Fasti*, II 193.

⁷⁷ Virgil, *Aen.*, X 551.

⁷⁸ Macrobius, *Saturn.*, I 12, 23-24, 27; Lactantius, *div. inst.*, I 22, 10.

⁷⁹ Jerome in Isidore, *Etymologiae*, XX 3, 2.

⁸⁰ *Regulae ad virgines*, 30.

⁸¹ Cf. A. Franz, *Die kirchlichen Benediktionen im Mittelalter*, I, Freiburg i.B., 1909, pp. 284-85, 307-08.

⁸² Gregory the Great, *Moralia in Iob*, XVI 66, 18-20.

⁸³ *Allegoriae in universam Sacram Scripturam*, in «Patrologia Latina», CXII, cll. 1078- 79.

⁸⁴ See Filoramo, *Simboli enoici dell'universo cristiano*, p. 34 sgg.



Fig. 3.1

La vite, il vino, l'archeologia. Una nota introduttiva

Vine, wine, archeology. An introductory note

Giuseppina Carlotta Cianferoni

Direttrice del Museo Archeologico Nazionale di Firenze

Il progetto *Symposion* affronta l'argomento 'vino', interessante e fondamentale per l'archeologia da un lato e per il territorio dall'altro.

La documentazione archeologica conferma, infatti, come la produzione, l'uso e la commercializzazione del vino siano sempre stati aspetti importanti di tutte le civiltà antiche: Egiziani, Sumeri, Greci, Etruschi e poi Romani, consideravano il consumo del vino non soltanto come alimento ma anche come atto rituale, per di più distintivo di una certa classe sociale. Gli eroi cantati da Omero brindavano col vino nelle coppe per celebrare gli eventi più importanti della vita e della morte: sempre nei poemi omerici si legge, per esempio, che la pira sulla quale bruciavano i resti degli

eroi veniva spenta col vino. Si trattava quindi di un bene prezioso che acquisiva un ruolo determinante nell'atto sacrale, e tale ha continuato ad avere in tutte le civiltà antiche, come pure nella liturgia cattolica della celebrazione della Messa.

La vite e il vino hanno straordinaria importanza per un territorio, in quanto segnano il paesaggio e spesso ne determinano l'economia, contribuendo anche alla sua conservazione e alla continuità della tradizione.

Attraverso l'archeologia da un lato e la lettura del paesaggio agrario dall'altro, è possibile ricostruire, dunque, le dinamiche evolutive del territorio, soprattutto in una terra come la Toscana, celeberrima in ogni tempo, proprio per il vino.

The project *Symposion* deals with the subject of 'wine', interesting and crucial both, for archaeology and the territory.

Archaeological documentation in fact confirms how the production, use and marketing of wine have always been extremely important aspects for all the ancient civilisations. For Egyptians, Sumerians, Greeks, Etruscans and then the Romans, wine was not merely consumed as a foodstuff, but also had a ritual significance, as well as distinguishing a specific social class. Homer's heroes toasted the most important events of life and death with wine in their cups. In the Homeric epics we read, for example, that the flames of the pyre on which the remains of the heroes were burnt were extinguished using wine. It was therefore

a precious product, which acquired a decisive role in the sacred rituals that it maintained throughout all the ancient civilisations, and also in Catholic liturgy in the celebration of the mass.

Vines and wine are of vital importance to the territory, characterising the landscape and frequently moulding the economy, while also making a significant contribution to the conservation and continuation of tradition.

Through archaeology on the one hand and the reading of the agricultural landscape on the other it is therefore possible to reconstruct the evolutionary dynamics of the territory, especially in a place such as Tuscany which has been celebrated through the ages precisely for its wine.

Fig. 3.1 Onofrio Pepe
- Studio per medaglia
"Dioniso", 2009,
terracotta bronzata.

Fig. 3.1 Onofrio Pepe
- Studio for medal
"Dioniso", 2009, bronzed
clay.



Fig. 4.1

La vite e il vino nel mondo antico

Vine and wine in the ancient world

Giuseppina Carlotta Cianferoni

Direttrice del Museo Archeologico Nazionale di Firenze

Presso tutti i popoli dell'antichità il vino, come pure l'olio, è ritenuto uno dei simboli più evidenti della ricchezza.

Si legge nell'*Odissea* (II, 338-342) che la sala della reggia di Itaca, dove erano conservati i tesori di Ulisse, era «[...] ampia, dove oro e bronzo giacevano a mucchi, e vesti nei cofani, e olio fragrante in abbondanza: e orci di vino vecchio, dolce da bere, stavano pieni di schietta divina bevanda, disposti in fila lungo la parete [...]».

Questi brevi versi di Omero accennano già a tutti gli aspetti salienti della cultura del vino nell'antichità. Il vino è ricchezza, in particolare il vino vecchio costituisce una ricchezza ancora maggio-

re. Già in questo periodo del mondo greco che Omero descrive (VIII sec. a.C.) il vino era stivato nella cantina, in questo caso nella sala della reggia, conservato in «orci», in anfore disposte ordinatamente. E infine già in Omero questa bevanda viene connotata dall'attributo 'divino', una «divina bevanda».

Già 6000 anni fa i Sumeri simboleggiavano con una foglia di vite l'esistenza umana e, sui bassorilievi assiri con scene di banchetto, sono rappresentati schiavi che attingono il vino da grandi crateri e lo servono ai commensali in grandi coppe, come si può osservare nel bassorilievo del Palazzo di Assurbanipal a Ninive: qui il re è adagiato su un letto sotto una bella pergola, in una posizio-

In all the ancient civilisations wine, like oil, was considered one of the most evident signs of wealth.

We read in the *Odyssey* (II, 338-342) of the «lofty and spacious» storeroom of the palace, where Ulysses' treasure was kept, where «[...] gold and bronze lay heaped up upon the floor; and where the linen and spare clothes were kept in open chests. Here, too, there was a store of fragrant olive oil, while jars of old, well-ripened wine, unblended and fit for a god to drink, were ranged against the wall [...]».

These lines of Homer succinctly indicate all the salient aspects of the culture of wine

in antiquity. Wine meant wealth, and old wine in particular was an even greater treasure. Already in this Greek world described by Homer (seventh century b.C.) wine was stored in the cellar, in this case the storeroom of the palace, conserved in jars, that is amphorae in neat rows. Then finally Homer qualifies this drink as divine «fit for a god to drink».

Already 6,000 years ago the Sumerians used the vine leaf as a symbol of human existence, and the Syrian bas-reliefs with scenes of banqueting show slaves drawing wine from big kraters and serving it to

Fig. 4.1 Kylix attica a figure nere di tipo A. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 530-520 a.C.

Fig. 4.1 Attic black-figured Kylix type A. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 530-520 b.C.

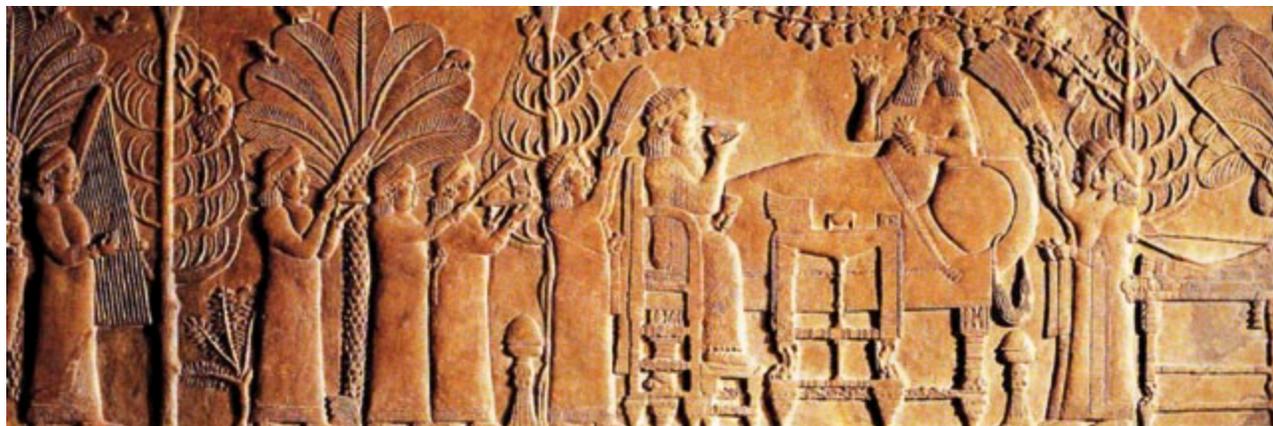


Fig. 4.2a Scena di banchetto. Palazzo Nord di Assurbanipal a Ninive. Londra, British Museum. 645 a.C.

Fig. 4.2a Banqueting scene. North Palace of Ashurbanipal at Nineveh. London, British Museum. 645 b.C.

ne che anticipa la modalità del simposio greco (Fig. 4.2a).

Anche gli Ebrei dell'Antico Testamento, che attribuivano a Noè la piantagione della prima vigna, consideravano la vite «uno dei beni più preziosi dell'uomo» come si legge nei Re ed esaltavano il vino «[...] che rallegra il cuore dei mortali» (*Salmi*).

Nel mondo greco il vino era ritenuto «dono degli dei» e in particolare del figlio più giovane di Zeus, Dioniso, che ha introdotto la coltura della vite tra gli uomini (Fig. 4.2b).

Dioniso, il dio del vino, fu oggetto di culto, in forme diverse, presso tutte le civiltà del Mediterraneo: per esempio nel mondo etrusco Dioniso era identificato con la divinità agreste *Fufluns*, mentre nel mondo romano era conosciuto come Bacco e ricollegato a *Liber*, antica divinità latina della fertilità.

Cresciuto nella solitudine dei boschi, educato da Sileno, Dioniso piantò la vite, inebriandosi dell'«umòr che da essa cola», e il suo destino fu di peregrinare di luogo in luogo accompagnato da animali feroci, pantere o tigri, e seguito da un numeroso corteggio di menadi, satiri e sileni.

Proprio per questa forte identificazione con il mondo dionisiaco, i temi connessi al vino, sono fra i principali protagonisti della pittura vascolare greca, e costante fonte d'ispirazione dell'iconografia successiva; in particolare hanno grande diffusione tutte le raffigurazioni di Dioniso e del *thiasos* dionisiaco, oltre naturalmente alle scene di simposio. Su questa anfora attica a figure nere, ad esempio, Dioniso, che ha in mano il grande *kantharos*, ossia il vaso per bere vino per eccellenza nel mondo greco e poi etrusco, è rappresentato insieme al

the diners in large goblets, as we can see in the bas-relief of the Palace of Ashurbanipal at Nineveh: here the king is shown reclining on a couch beneath a beautiful pergola, in a position that anticipates the attitude of the Greek symposium (Fig. 4.2a).

The Jews of the Old Testament, who attributed to Noah the planting of the first vineyard, considered the vine «one of man's most precious gifts» as we read in *Kings*, and praised the wine «[...] that gladdens the heart of mortals» (*Psalms*).

In the Greek world, wine was considered a «gift of the gods» and in particular of the younger son of Zeus, Dionysus, who introduced men to the cultivation of the vine. (Fig. 4.2b).

Dionysus, the god of wine, was the subject of worship in different forms in all the civilisations of the Mediterranean. In the Etruscan world, for example, Dionysus was identified with the pastoral deity *Fufluns*, while in the Roman world he was known as *Bacchus* and traced back to



Liber, the ancient Latin fertility god. Raised in the solitude of the woods, educated by Silenus, Dionysus planted the vines, getting intoxicated with the «humour that dripped from them», and his fate was to wander from place to place accompanied by wild animals, panthers or tigers, and followed by a numerous retinue of maenads, satyrs and sileni.

Precisely in view of this strong identification with the Dionysian world, wine-related subjects are particularly frequent in Greek

vase painting, and remain a constant source of inspiration in the subsequent iconography. More specifically, there are numerous images portraying Dionysus himself and the Dionysian *thiasos*, naturally in addition to the scenes of symposium. This Attic black-figure amphora, for example, shows Dionysus holding in his hand a large *kantharos*, which was the classic vessel used for drinking wine in the Greek world and later in the Etruscan, together with his cortege of satyrs and maenads, semi-feral creatures frequently shown

Fig. 4.2b Frammento di anfora attica a collo distinto a figure nere con maschera di Dioniso. Gruppo vicino al Pittore di Antimenes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 510-500 a.C.

Fig. 4.2b Fragments of Attic split-necked, black-figured amphora with mask of Dionysus. Circle of the Painter of Antimenes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 510-500 b.C.

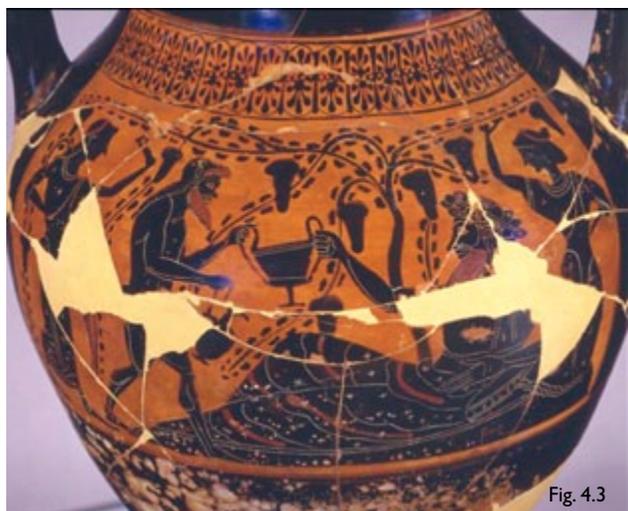


Fig. 4.3



Fig. 4.4



Fig. 4.5

Fig. 4.3 Dioniso tra satiri e menadi. Anfora attica a figure nere. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. VI sec. a.C.

Fig. 4.4 Dioniso e il suo *thiasos* di menadi e satiri. Anfora attica a figure nere. Da Pitigliano. VI sec. a.C.

Fig. 4.5 Suonatore di doppio flauto in bronzo. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età imperiale.

Fig. 4.6 Pittura parietale. Tomba tebana, Il periodo intermedio, XVII dinastia. (1552-1306 a.C.).

Fig. 4.3 Dionysus between satyrs and maenads. Attic black-figure amphora. Florence, National Archaeological Museum. 6th century b.C.

Fig. 4.4 Dionysus and his *thiasos* of maenads and satyrs. Attic black-figure amphora. From Pitigliano, 6th century b.C.

Fig. 4.5 Bronze double flute player. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Imperial age.

Fig. 4.6 Wall painting. Theban tomb, Il intermediate period, 17th dynasty. (1552-1306 b.C.).



Fig. 4.6

suo corteggio di satiri e menadi, creature semiferine, spesso raffigurate in preda all'ebbrezza del vino, in atto di suonare e ballare (Figg. 4.3-5).

La pratica della viticoltura vanta origini antichissime, come è testimoniato dall'iconografia antica. Così tra i tanti documenti antichissimi è degna di nota questa pittura di una tomba tebana della XVII dinastia (1552-1306 a.C.) (Fig. 4.6), nella quale sono rappresentati due contadini che raccolgono grappoli d'uva da una sorta di pergola. Questa è una circostanza interessante da cui si può dedurre che in Egitto già nel II millennio a.C. era diffuso un sistema di coltivazione che può ricordare la coltivazione «a pergola». La pittura illustra, di seguito, tutto il procedimento della vinificazione: quattro operai procedono alla pigiatura delle uve in un grande tino e un loro compagno, chino sotto le cannelle, raccoglie il vino o il prodotto della spremitura nei recipienti, mentre in alto si nota un'ordinata fila di anfore nelle quali, una volta completata la fermentazione, veniva riposto il vino.

drunk on wine, in the act of dancing and playing music. (Figs. 4.3-5).

The practice of viticulture boasts ancient origins, as testified by antique iconography. Among the numerous antique documents, this painting from a Theban tomb of the 17th dynasty (1552-1306 b.C.) (Fig. 4.6) is of particular interest. It shows two peasants gathering bunches of grapes from a sort of pergola. This is an intriguing circumstance, from which we can deduce that in Egypt, as far back as the second millennium b.C., there was already in use a system of vine-training of the «pergola» type. The painting goes on to illustrate the entire winemaking procedure: four workers proceed to crush the grapes in a large vat while one of their companions, bent over the spigots, collects the wine or the product of the pressing in the recipients, while above we can see a neat row of amphorae in which the wine was stored once the fermentation was complete.

Noi sappiamo che moltissimi erano i vini prodotti nel bacino del Mediterraneo e in particolare in Italia: rossi, bianchi, abboccati, leggeri e pesanti, a bassa e ad alta gradazione alcolica, e se ne potrebbero citare moltissimi tipi ancora.

I ritrovamenti archeologici forniscono le prove che in Italia la vite, nella sua forma selvatica, è stata oggetto di raccolta da parte dell'uomo già dal Neolitico antico e che i suoi frutti sono stati intenzionalmente consumati almeno a partire dalla media età del Bronzo, periodo cui sembrano risalire anche i primi tentativi di messa a coltura della pianta.

Le prove del consumo dei frutti della vite selvatica si moltiplicano infatti proprio a partire dalla media età del Bronzo (metà del II millennio a.C.) quando, in molti abitati dell'Italia centro-settentrionale, sono segnalati vinaccioli di vite selvatica. Queste testimonianze sono a noi molto vicine perché provengono da scavi eseguiti dalla Soprintendenza Archeologica della Toscana, in particolare a San Lorenzo a Greve, alle porte di Firenze.

We know that many wines were produced in the Mediterranean basin, and in Italy in particular: reds, whites, sweet, light and strong, with low and high alcohol content, and many other types we might mention.

The archaeological finds provide the proof that in Italy the vine in its wild form was gathered by man from as far back as the Early Neolithic, and its fruits were deliberately consumed at least starting from the middle Bronze Age, the period to which the first attempts to cultivate the plant also appear to date.

Evidence of consumption of the fruits of the wild grapevine in fact begins to multiply precisely from the time of the middle Bronze Age (mid second millennium b.C.), when seeds of wild grapes are recorded in numerous sites in central-northern Italy. This evidence is very close to us, since it has emerged from excavations carried out by the Soprintendenza Archeologica della Toscana, in particular in San Lorenzo a Greve, just outside Florence.

Contemporaneamente cominciano a essere attestati anche semi di vite domestica, ed è quindi probabile che, in questo periodo, si collochino i primi tentativi di coltivazione della vite, pratica che si diffonderà a partire dalla fine dell'età del Bronzo (fine II-inizi I millennio), quando il frequente rinvenimento di vinaccioli attribuibili alle specie sia selvatica che coltivata indicano una raccolta ormai sistematica del frutto della vite.

Alla luce della documentazione disponibile, dunque, appare evidente che bisogna giungere all'inizio dell'età del Ferro per disporre, in Italia centrale, di una documentazione sia archeologica che archeobotanica sicura dell'esistenza della vite domestica e quindi della diffusione ormai generalizzata della pratica della sua coltivazione.

Non si può far risalire allo stesso periodo, però, un uso rituale del vino, non essendo attestata nei corredi degli inizi dell'età del Ferro, la presenza di recipienti e utensili tradizionalmente legati alla produzione e al consumo di questa bevanda. Soltanto nell'VIII secolo a.C., attraverso i contatti col mondo greco, la

produzione del vino s'intensifica, diventando la produzione che creerà anche un *surplus* di mercato già nel periodo etrusco, ma soprattutto il vino e quindi i vasi relativi al consumo del vino – sia quelli importati dal mondo greco sia quelli di produzione locale – diventano segno distintivo dell'aristocrazia, come si deduce dai corredi più ricchi delle necropoli etrusche. Quindi il vino non è soltanto una bevanda da consumare, ma diventa una bevanda con un valore rituale, sociale, sacrale nell'ambito della società.

Riguardo alla documentazione relativa alla viticoltura nell'antichità sappiamo dalle fonti letterarie che la qualità del vino dipendeva dall'esposizione del vigneto, dalle caratteristiche delle piante e dai metodi di coltivazione: sappiamo per esempio che le vigne basse davano vini mediocri e che, invece, i grandi vini italiani erano generalmente ricavati da viti in arbusto (*arbustivum genus*).

Era inoltre radicato anche l'allevamento della vite con ceppo basso, senza sostegno o con sostegno a paletto. Così era raffigurata la vigna sullo scudo di Achille: «una vigna stracarica di grap-

At the same time there begin to be records of the seeds of domesticated grapes too, and it therefore seems probable that the first attempts at grape cultivation can be placed in this period, after which the practice became diffused starting from the end of the Bronze Age (end of the 2nd - beginning of the 1st millennium), when the frequent discovery of seeds attributable to both wild and cultivated species indicates a by now systematic harvesting of the fruit of the vine.

In the light of the available documentation, therefore, it appears evident that we have to wait for the beginning of the Iron Age to have, for Italy, a certain documentation both archaeological and archaeobotanical of the existence of the domestic grapevine, and hence of the by now generalised practice of its cultivation.

However, we cannot trace back a ritual use of wine to the same period, since the pres-

ence of recipients and utensils traditionally connected with the production and consumption of this beverage are not recorded among the grave goods of the early Iron Age. It is only in the 7th century b.C., through contacts with the Greek world, that the production of wine is intensified, to the point of generating a surplus on the market as far back as the Etruscan period. Above all the wine – and hence the vessels connected with the consumption of the wine, both those imported from the Greek world and those of local production – became a distinctive sign of the aristocracy, as we can deduce from the more lavish grave goods of the Etruscan necropolises. Wine was therefore not simply a beverage to be consumed, but became a beverage that had a ritual, social and sacred significance within society.

As regards the documentation related to viticulture in antiquity, we know from the liter-

poli, bella, d'oro: impalata da cima a fondo di pali d'argento [...] un solo sentiero vi conduceva, per cui passavano i coglitori a vendemmiare la vigna; [...] in canestri intrecciati portavano il dolce frutto» (Hom. *Il. XVIII*, 561-569), descrizione riferibile, dunque, alle tecniche di coltivazione dell'VIII sec. a.C.

Per quanto riguarda la vinificazione molte sono le testimonianze di tecniche, non dissimili da quelle utilizzate fino quasi ai nostri giorni: essa prevedeva, in breve, la raccolta e la pigiatura dei grappoli in larghi bacini, la torchiatura dei raspi e la fermentazione del mosto in recipienti lasciati aperti fino al completo esaurimento del processo.

La vendemmia viene sempre rappresentata come un'attività festosa che poneva l'uomo in contatto con il divino: infatti la maggior parte delle raffigurazioni rela-



tive alla produzione del vino hanno come protagonisti Dioniso ed il suo seguito di satiri e menadi, che sono rappresentati mentre riempiono i canestri di grappoli d'uva o nelle altre fasi della vendemmia. Sulla *kylix* attica a figure nere (Fig. 4.7) si può osservare una folla di satiri che stanno appunto vendemmiando da que-

Fig. 4.7 Kylix a occhioni a figure nere di tipo C. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 520-500 a.C.

Fig. 4.7 Black-figured eyes kylix type C. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 520-500 b.C.

ary sources that the quality of the wine depended on the exposure of the vineyard, the characteristics of the plants and the methods of cultivation. We know for example that the low vines yielded mediocre wines while, on the contrary, the great Italian wines were generally produced from vines trained on other trees (*arbustum genus*).

The practice of training low stock grapes, without supports or on poles was also widespread. This is how the vineyard was portrayed on the shield of Achilles: «[...] a vineyard, golden and fair to see, and the vines were loaded with grapes. The bunches overhead were black, but the vines were trained on poles of silver [...] there was only one path to it, and by this the vintagers went when they would gather the vintage [carrying] the luscious fruit in plaited baskets [...]» (Homer, *Iliad XVIII*, 561-569), providing us with a descrip-

tion of the cultivation techniques used in the 8th century b.C.

As regards the actual winemaking, there is much evidence of the techniques, not dissimilar from those used practically up to the present. In short the process consisted of gathering the bunches and then crushing them in large basins, followed by the pressing of the stems and the fermentation of the must in recipients that were left open until the process was completed.

The harvest is always represented as a joyous activity that set man in contact with the divine. In effect, most of the illustrations relating to the production of wine feature Dionysus and his retinue of satyrs and maenads, who are shown as they fill the baskets with bunches of fruit or in other phases of the harvest. On the Attic black-figure *kylix* (Fig. 4.7) we can see a crowd of satyrs harvesting



Fig. 4.8



Fig. 4.9



Fig. 4.10



Fig. 4.11

Fig. 4.8 Scena di spremitura dell'uva con Dioniso e tre satiri. Cratere attico a colonnette a figure rosse. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Pittore di Firenze, 450 a.C.

Fig. 4.9 Bronzetto con *falx vinatoria*. Da una stipe votiva di Ghiaccio Forte. Scansano. Fine del IV sec. a.C.

Fig. 4.10 Bronzetto virile con falchetto. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età imperiale

Fig. 4.11 Falchetto di ferro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale.

Fig. 4.8 Scene of grape-crushing with Dionysus and three satyrs. Attic red-figure column krater. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Florence Painter, 450 b.C.

Fig. 4.9 Small bronze portraying a reaper with a *falx vinatoria*. From a votive stipe at Ghiaccio Forte. Scansano. Late 4th century b.C.

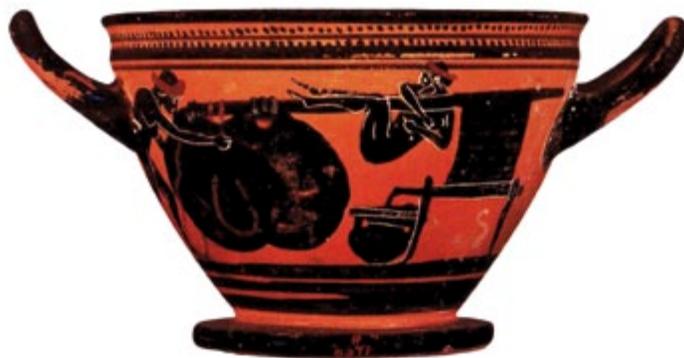
Fig. 4.10 Small bronze of a man with a billhook. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Imperial age.

Fig. 4.11 Iron billhook. Firenze, Museo Archeologico Nazionale.

sta immensa pergola e riempiendo di grappoli canestri di vimini, mentre sul cratere attico a figure rosse (Fig. 4.8) Dioniso è al centro, in piedi, a presenziare alle attività di un satiro che pigia l'uva con i piedi, mentre il mosto si raccoglie in un grande contenitore che è posto sotto la cannella, e di altri satiri che portano in grandi ceste l'uva alla spremitura.

In ambito etrusco, oltre alle scene di vendemmia, si segnalano anche bronzetti di vendemmiatori, come quello trovato a Ghiaccio Forte (Scansano) in una stipe votiva della fine del IV sec. a.C., che ha in mano uno strumento particolare, una *falx vinitoria*, attributo riferibile, anche per l'ambiente in cui è stato ritrovato, alla vendemmia (Fig. 4.9). Di questo strumento, simile a una roncola, ci sono delle riproduzioni in ferro, che naturalmente sono più tarde, di ambito romano (Fig. 4.10-4.11).

Nel mondo greco ci sono anche rappresentazioni di presse e di torchi. Per esempio sullo *skyphos* attico a figure nere di VI sec. a.C. c'è un'antichissima rappresentazione di pressa a trave (Fig. 4.12): il succo, estratto con l'aiuto di un tronco d'albero posto orizzontalmente, è



raccolto in un cratere a colonnette che, simbolicamente, rimanda alla produzione del vino e non dell'olio. Il torchio è costituito da un lungo tronco, un'estremità del quale è fissa, mentre l'altra viene abbassata per mezzo di sacchi di pietra legati con corde robuste, mentre un uomo aggiunge il suo peso a quello delle pietre. Le testimonianze materiali di questa specie di torchi non sono frequentissime: è difficile trovare, archeologicamente parlando, le tracce sul terreno di questi strumenti, perché sono molto spesso realizzati in legno, pre-

Fig. 4.12 *Skyphos* attico a figure nere con rappresentazione di pressa a trave. Museum of Fine Arts di Boston (Da *Cibi e Sapori nel Mondo Antico*, catalogo della Mostra, Firenze 2005). VI sec. a.C.

Fig. 4.12 Attic black-figure *skyphos* showing a beam press. Museum of Fine Arts di Boston (From *Cibi e Sapori nel Mondo Antico*, catalogue of the exhibition, Florence 2005). 6th century b.C.

grapes from an immense pergola and filling rush baskets with the bunches, while on the Attic red-figure krater (Fig. 4.8) Dionysus is in the centre, standing, overseeing the work of a satyr who is treading the grapes with his feet, as the must is gathered in a large container set beneath the spigot, and of other satyrs carrying the baskets of grapes to be crushed.

In the Etruscan world, in addition to the scenes of harvest, we would also mention the small bronzes of harvesters, such as that found in Ghiaccio Forte (Scansano) in a votive *stipa* (or deposit) dating to the end of the 4th century b.C. (Fig. 4.9): this figure is holding in his hand a special tool, a *falx vinitoria*, an attribute that, also in view of the area in which it was found, can be referred to the grape harvest. There are iron reproductions of this tool, similar to a billhook, which are

obviously later, relating to the Roman context (Fig. 4.10-4.11).

In the Greek world there are also representations of mills and presses. For example on the Attic black-figure *skyphos* dating to the 6th century b.C. is a very ancient illustration of a beam press (Fig. 4.12): the juice, extracted with the aid of a horizontally-placed tree trunk, is collected in a column krater which, symbolically, refers to the production of wine rather than oil. The press consists of a long trunk, one end of which is fixed while the other is lowered using bags of stones tied with strong ropes, and one of the men then adds his own weight to that of the stones. The material evidence of this type of press is not that frequent, and archaeologically speaking it is hard to find traces of these tools on the ground since they were very often made of

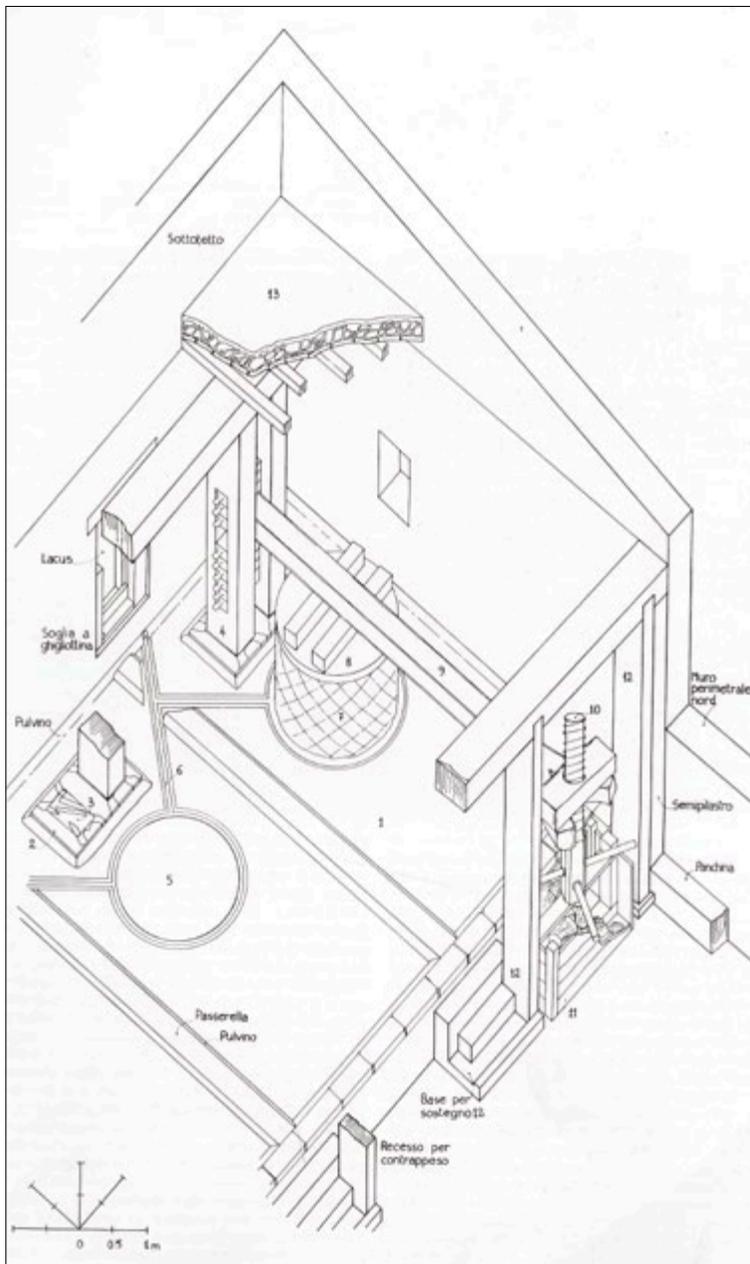


Fig. 4.13a Villa di Settefinestre. I sec. a.C. (da A. Carandini, *Settefinestre: una villa schiavistica nell'Etruria romana*, Roma 1985)

Fig. 4.13a Villa di Settefinestre. I century, b.C. (from A. Carandini, *Settefinestre: una villa schiavistica nell'Etruria romana*, Roma 1985)

wood, and hence deteriorated rapidly. Stone presses are more frequently found, these too subject to being reutilised.

Naturally all the tools connected with winemaking were refined in the Roman world. In this respect there are numerous treatises of agriculture dealing extensively and in detail with the tools that served for processing the grapes and for producing the wine. Moreover, the excavations of Roman villas of the late Republican and early Imperial Age have enabled a more precise reconstruction of the areas and systems used for winemaking, in general consisting of a slab of *cocciopesto* (lime mortar with crushed

cari e facilmente deteriorabili. Più frequenti sono i ritrovamenti di pigiatoi in pietra, anche questi soggetti ad essere riutilizzati.

Naturalmente tutti gli strumenti riguardanti la vinificazione vengono perfezionati nel mondo romano. A tal riguardo sono numerosi i trattati di agricoltura che relazionano approfonditamente anche sugli strumenti che servivano per la lavorazione dei materiali e per la produzione del vino. Inoltre, gli scavi di ville romane di fine età repubblicana e inizi età imperiale hanno reso possibile una ricostruzione più puntuale di impianti e di ambienti destinati alla vinificazione, in genere costituiti da una lastra in *cocciopesto* con funzione di foltatoio, un grande torchio a leva azionato da funi tirate da un argano, una vasca in calcestruzzo (*lacus vinaria*) destinata a raccogliere il mosto e a favorirne la sedimentazione e la fermentazione. In Etruria, un esempio di impianto produttivo è la villa di Settefinestre (I sec. a.C.: Figg. 4.13a, b), in cui in uno stesso ambiente dovevano esserci tre torchi da vino, collegati a una vasca di raccolta dotata di tubo per riempire le anfore, mentre in Campania la villa vesuviana di Boscoreale (Fig. 4.14) ha restituito tracce del *torcularium* e di altre attrezzature, come delle celle vinarie, nelle quali succes-

tile and ceramic fragments) which served to crush the grapes, and a large lever press operated by cables drawn by a winch, and a vat made of concrete (*lacus vinaria*) used to gather the must and designed to stimulate both the sedimentation and the fermentation. In Etruria, an example of this type of production system can be found in the villa of Settefinestre (1st century b.C.: Fig. 4.13a, b), where in one single room there appear to have been three wine-presses, connected to the collection vat which was provided with a pipe for filling the amphorae, while in Campania the Vesuvian villa of Boscoreale has yielded traces of the *torcularium* (Fig. 4.14)

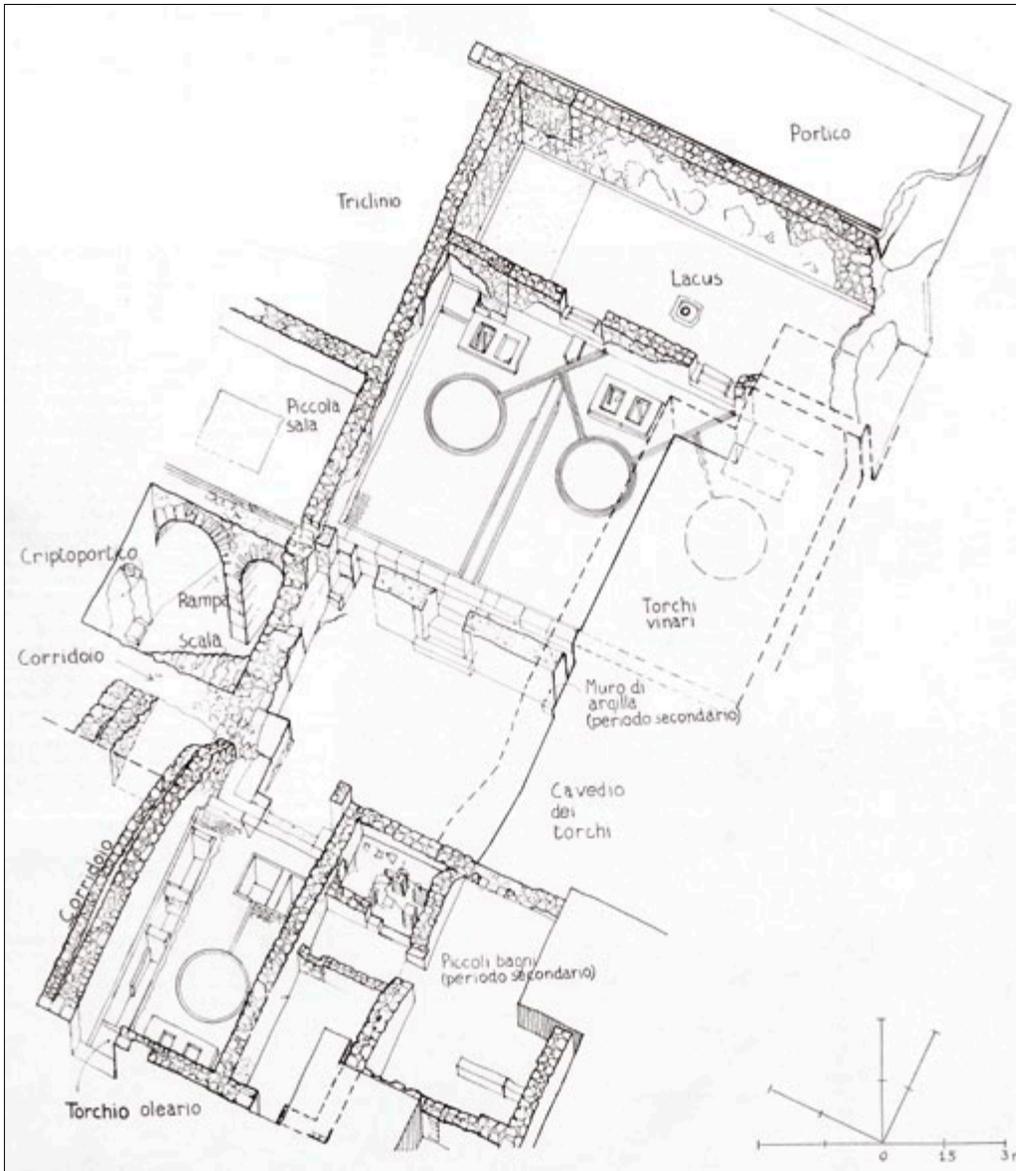


Fig. 4.13b Particolare del torchio delle Villa di Settefinestre, I sec. a.C. (da A. Carandini, *Settefinestre: una villa schiavistica nell'Etruria romana*, Roma 1985)

Fig. 4.13b Wine press (detail), Villa di Settefinestre, I century, b.C. (From A. Carandini, *Settefinestre: una villa schiavistica nell'Etruria romana*, Roma 1985)

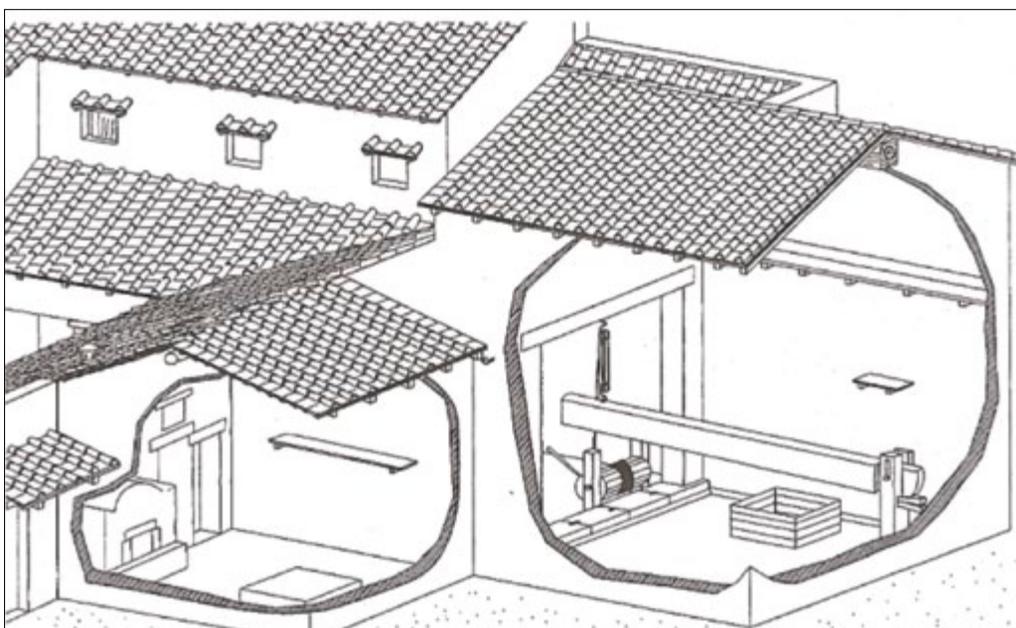


Fig. 4.14 Ricostruzione del torchio di Villa Regina a Boscoreale (da S. De Caro, *La villa rustica in località Villa Regina a Boscoreale*, 1994).

Fig. 4.14 Reconstruction of the wine-press of Villa Regina at Boscoreale (from S. De Caro, *La villa rustica in località Villa Regina a Boscoreale*, 1994).



Fig. 4.15

Fig. 4.15 Statuetta fittile di fanciullo con anfora. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II sec. a.C.

Fig. 4.16a Anfora vinaria etrusca. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. IV sec. a.C.

Fig. 4.16b Anfora vinaria tipo Py 4. Da Cala della Galbugina, Isola del Giglio. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine VI-inizi V sec. a.C.

Fig. 4.16c Anfora tipo Dressel 2/4. Produzione italica. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine I sec. a.C.-inizi I sec. d.C.

Fig. 4.15 Clay statue of a young boy with amphora. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II century b.C.

Fig. 4.16a Etruscan wine amphora. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. IV century b.C.

Fig. 4.16b Etruscan wine amphora type Py 4. From Cala della Galbugina, Isle of Giglio. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late VI-Early V century b.C.

Fig. 4.16c Amphora Dressel type 2/4. Italic product. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late I century b.C.-Early I century a.C.

sivamente il vino veniva riposto, nelle costituite da una serie di *dolia*, di grossi contenitori interrati che servivano per la conservazione del vino.

Per il trasporto e la vendita del vino veniva utilizzata l'anfora (Fig. 4.15), il contenitore affusolato, semplice, facilmente impilabile e riutilizzabile anche per altri usi. Già agli inizi del VI secolo a.C. la produzione del vino in Etruria è talmente consistente da creare un sovrappiù che veniva commercializzato, come dimostrano i cospicui ritrovamenti di anfore vinarie etrusche (Fig. 4.16a, b, c), di *kantharoi* e di altri vasi potori (Fig. 4.17a, b, c, d) in bucchero in varie località del bacino occidentale del Mediterraneo, sia sulle coste dell'Italia stessa, sia sulle coste meridionali della Francia che su quelle della Spagna.

Ed è facile comprendere che questa intensa commercializzazione produsse una maggiore ricchezza per le località etrusche produttrici di vino da esportazione.

and other equipment and areas, such as *cella vinaria* where the wine was then stored in a series of large interred *dolia* jars.

For the transport and sale of the wine, amphorae were used (Fig. 4.15); these were simple, tapered vessels that could be easily piled or used to contain other commodities. Already at the beginning of the 6th century b.C. the production of wine in Etruria flourished to the extent that there was a surplus which had to be marketed elsewhere, as indicated also by the significant discoveries of Etruscan wine amphorae (Figs. 4.16a, b, c), *kantharoi* and other drinking vessels (Figs. 4.17a, b, c, d) in *bucchero* in various locations in the western Mediterranean basin, both along the coasts of Italy and on the coasts of southern France and those of Spain.

It follows naturally that this intensive marketing generated greater wealth for the Etruscan localities that produced wine for export.

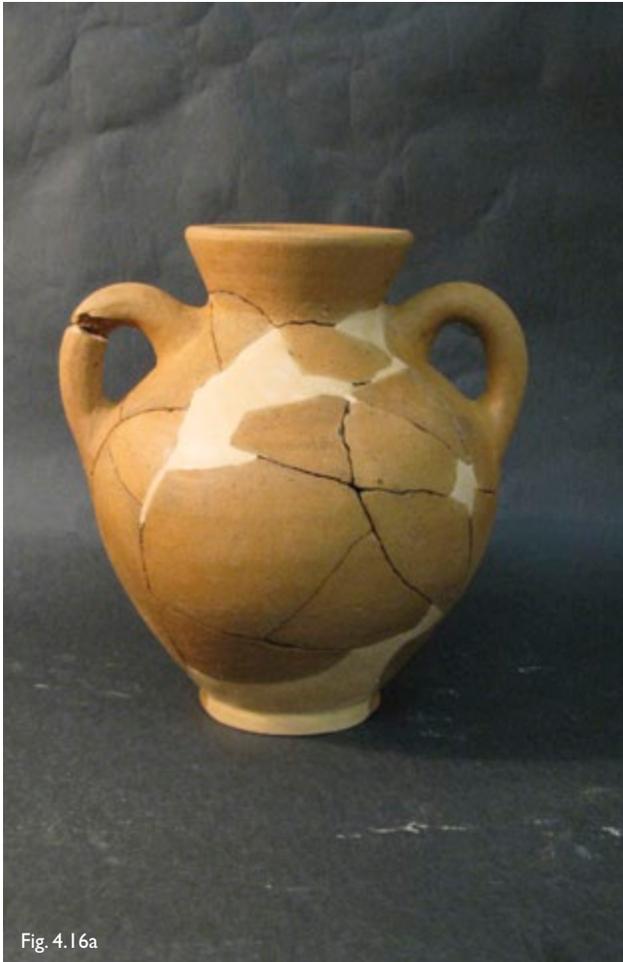


Fig. 4.16a



Fig. 4.16b



Fig. 4.16c

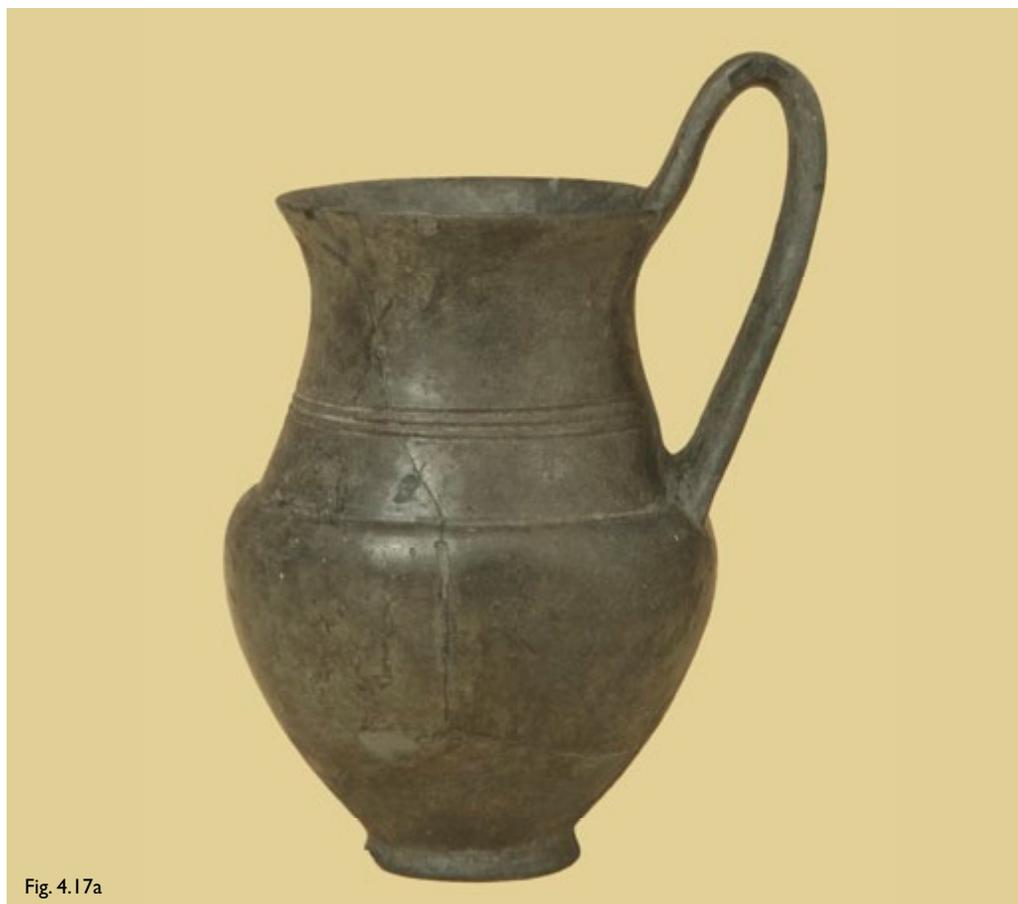


Fig. 4.17a

Fig. 4.17a Olpe di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine VII-inizi VI sec. a.C.

Fig. 4.17b Kantharos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine VII-prima metà VI sec. a.C.

Fig. 4.17c Kantharos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine VII-prima metà VI sec. a.C.

Fig. 4.17d Coppa su piede di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Prima metà VI sec. a.C.

Fig. 4.17a Bucchero olpe. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late VII-Early VI century b.C.

Fig. 4.17b Bucchero Kantharos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late VII-first half of the VI century b.C.

Fig. 4.17c Bucchero Kantharos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late VII-first half of the VI century b.C.

Fig. 4.17d Bucchero footed cup. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First half of the VI century b.C.



Fig. 4.17b



Fig. 4.17c



Fig. 4.17d



Fig. 5.1

Il Simposio

The Symposium

Filomena Moscato

Collaboratrice della Soprintendenza per i Beni Archeologici della Toscana

Il termine *Symposion* s'ispira al momento più significativo del consumo del vino, a quella forma di convivialità che, appunto, è detta simposio (dal greco *syn- pinein* = bere insieme). Il simposio, diventato un rituale specifico in Grecia a partire dal VII secolo a.C., si svolgeva nel segno di Dioniso, il dio del vino e dell'energia naturale. A breve distanza di tempo venne mutuato come modello culturale dagli Etruschi, con le dovute varianti italiche, mentre per i Romani diventò il momento del mangiare e bere in compagnia, fine a se stesso, senza valenze religiose.

Si trattava dunque di una festa privata, di un dopocena per soli uomini,

scandito da precise regole e da gesti rituali, che rispecchiavano l'ideale della coesione che stava alla base della *polis*. I partecipanti a questo atto comunitario, detti *simposiastai* erano gli *hetàroi* (= compagni, soci), nel senso di coloro che condividono gli stessi ideali, quelli dell'aristocrazia delle classi dominanti, che cooperano al governo della città. I commensali distesi sui letti o *klinai*, secondo un costume orientale già consolidato¹, vinti dall'euforia del vino e dalla presenza della musica e del canto, si lasciavano andare a una socialità che rinsaldava i rapporti e li avvicinava senza inibizioni, contemplando anche la pratica di una sessualità molto disinvolta.

The term *Symposion* is inspired by the most significant occasion of wine consumption, that is the form of convivial gathering known as the symposium (from the Greek *syn- pinein* = to drink together). The symposium, which became a specific ritual in Greece starting from the 7th century b.C., was held under the aegis of Dionysus, the god of wine and of natural energy. Shortly afterwards it was borrowed as a cultural model by the Etruscans, with the necessary Italian variations, while for the Romans it became an occasion for eating and drinking in company, an end in itself without religious significance.

It was, therefore, a private after-dinner party for men only, governed by precise rules

and ritual gestures that reflected the ideal of cohesion that was the keystone of the *polis*. Those attending this communal ritual, who were called *symposiasts* were the *hetàroi* (= companions, partners), in the sense that they shared the same ideals, those of the aristocracy, of the ruling classes that collaborated in the government of the city. The diners, reclining on couches or *klinai*, in accordance with an already consolidated practice¹, carried away by the euphoria of the wine and the presence of music and song, indulged themselves in a form of socialisation that sealed their relations and brought them closer without inhibitions of any kind, comprising also the practice of an extremely unabashed sexuality.

Fig. 5.1 Scena di Simposio con gioco del Kòttabos. Kylix attica a figure rosse di Douris. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Primo quarto del V sec. a.C.

Fig. 5.1 Scene of a Symposium with a game of Kòttabos. Attic red-figured kylix. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First quarter of the V century b.C.



Fig. 5.2a

Fig. 5.2a Kylix attica a figure rosse. Pittore di Brygos (particolare). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 490-480 a.C.

Fig. 5.2b Kylix attica a figure rosse con banchettante (tondo interno). Pittore di Brigos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 490-480 a.C.

Fig. 5.2a Attic red-figured Kylios (detail). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 490-480 b.C.

Fig. 5.2b Attic kylix with red figures with banqueter (inner circle). Painter of Brigos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 490-480 b.C.

Così il giovane reclinato nel tondo della *kylix* del Pittore di *Brygos* (primo quarto del V sec. a.C.) rappresenta un simposiasta: prima di sdraiarsi sulla *kline* il giovane ha deposto i calzari e il bastone, mentre ha appeso alla parete un cestino, probabilmente il recipiente portavivande che ognuno dei partecipanti al banchetto portava spesso per conto proprio (Figg. 5.2a e 5.2b)², mentre con la mano sinistra regge un vaso potorio, il *kantharos*.

Thus the reclining youth in the medallion of the *kylix* by the Brygos Painter (first quarter 5th century b.C.) portrays a symposiast: before lying down on the *kline* the youth has laid aside his shoes and stick, and has hung a basket on the wall – probably used to carry the food and wine which each of the participants at the banquet brought with him (Figg. 5.2a e 5.2b)², while in his left hand he is holding a drinking vessel, the *kantharos*. The symposiast, crowned with ivy and myrtle, probably already

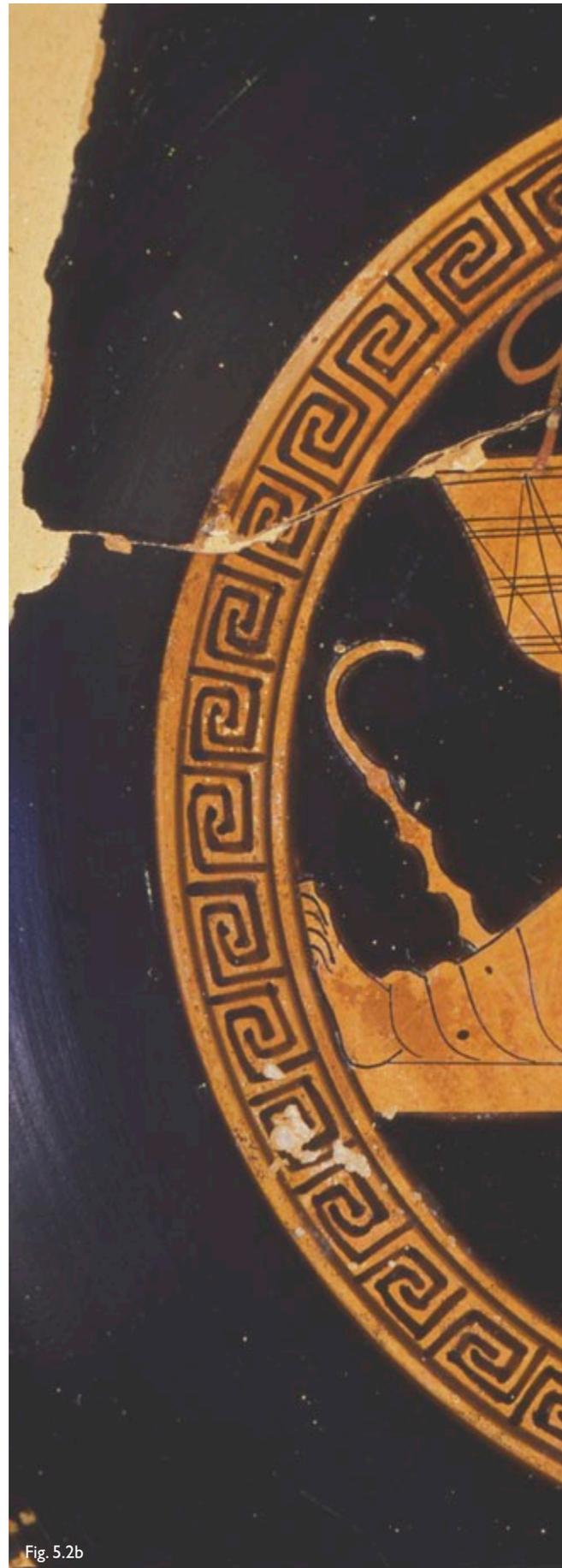


Fig. 5.2b





Fig. 5.3 Kylix a occhioni a figure nere di tipo C. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 520-500 a.C.

Fig. 5.3 Black-figured eyes kylix type C. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 520-500 b.C.

Il simposiasta, coronato di edera e mirto, probabilmente già ebbro, intona una canzone d'amore, come indica il verso che gli esce dalla bocca: «p(h)ìle kài» (*ama e ...*). Esiste tutta una letteratura erotica legata al mondo del simposio, a partire dagli *skolia* («canzoni da tavola») che passavano di bocca in bocca e rallegravano i convegni della buona società greca. Amore è un tema strettamente legato al mondo del vino: lo stesso Simposio di Platone, ambientato idealmente nel 416 a.C., è un dialogo tra saggi sulla natura dell'Amore.

inebriated, is singing a love song, as indicated by the words emerging from his mouth: «p(h)ìle kài» (*love and...*). There is an entire erotic literature connected with the world of the symposium, starting from the *skolia* («drinking songs») that passed from mouth to mouth and cheered up the gatherings of Greek high society. Love was a subject closely bound up with the world of wine: even Plato's *Symposium*, symbolically set in 416 b.C., is a dialogue between sages on the nature of Love.

Thus it is the vessels themselves, which were obviously indispensable at the symposium, which illustrate, often in detail, the salient moments of the convivial ritual and the

Sono i vasi, dunque, ossia gli strumenti indispensabili al simposio, a testimoniare, spesso dettagliatamente, i momenti salienti del rituale conviviale e l'uso che di ogni vaso si faceva: le forme ceramiche relative al consumo del vino rinvenute nelle tombe greche ed etrusche sono percentualmente le più numerose, così come la maggior parte delle scene presenti sulla ceramica attica sono ispirate alla sfera di Dioniso e del vino, sia quelle che rappresentano esplicitamente il dio e il suo *thiasos* di menadi e satiri sia quelle che illustrano simposii (Fig. 5.3).

Chi partecipa a un simposio è un privilegiato, quasi un semidio, di sicuro un favorito nell'aldilà, grazie ai benefici conseguibili attraverso quelle forme di religiosità salvifica legate a Dioniso. Bevendo insieme si può raggiungere uno stato di beatitudine ultraterrena come lascia intendere Platone nella *Repubblica* (363 c, d) «Museo e il figlio suo [...] preparano il banchetto dei pii e da allora per sempre li fanno vivere inghirlandati ed ebbri, ritenendo un'ebbrezza eterna il più bel premio di virtù».

Al di là delle numerose valenze culturali o religiose, banchetto e simposio sono uno *status symbol*, un mezzo che permette a chi lo indice e ne sostiene l'onere di esibire la propria ricchezza, il proprio stato sociale e di accrescere il proprio prestigio.

use that was made of each specific vessel. In percentage terms, the ceramic vessels related to wine consumption found in the Greek and Etruscan tombs are more numerous, just as the majority of the scenes depicted on the Attic ceramics are inspired by the sphere of Dionysus and wine – both those that are explicit portrayals of the god and his *thiasos* of maenads and satyrs and those illustrating the symposia (Fig. 5.3).

The guests attending the symposium were privileged persons, almost demigods and undoubtedly favoured in the afterlife as a result of the benefits that could be achieved through the forms of salvific religion linked



Fig. 5.4a



Fig. 5.4b



Fig. 5.4c



Fig. 5.4d

Ed è proprio questo aspetto a essere il più convincente quando gli Etruschi e molti popoli della nostra penisola, già alla fine del VII secolo a.C.³, assimileranno il simposio greco, facendone un costume proprio, addirittura centrale nell'ambito della cerimonialità funeraria: basti pensare

to Dionysus. Drinking together, it was possible to achieve a state of other-worldly beatitude, as Plato leads us to understand in the *Republic*. (363 c, d) «Musaeus and his son [...] provide them with a symposium of pious people, crown them with wreaths and make them spend all their time drinking – as if they thought drunkenness was the finest wage of virtue».

Beyond their manifold cultural and religious significance, the banquet and symposium were also a status symbol, a means that enabled those who organised and sustained the costs of them to flaunt their wealth and their social status and enhance their prestige.

all'uso di deporre nelle tombe corredi, ampi e fastosi, composti di preziosi vasi da mensa, di ceramica o di bronzo, degno viatico per partecipare al simposio degli eletti nell'aldilà, mentre ai vivi ricorda lo *status* sociale elevato del defunto o della defunta (Fig. 5.4a, b, c, d).

And it was precisely this aspect that proved to be the most convincing when the Etruscans and many other peoples of our peninsula, assimilated the Greek symposium, as early as the end of the 7th century b.C.³, transforming it into a custom of their own, which even became central to the sphere of funerary ceremony. Suffice it to consider the custom of placing in the tombs extensive and lavish collections of precious dining vessels of ceramic or bronze, as a fitting viaticum for attendance at the symposium of the elect in the afterlife, while for the living they remained as a reminder of the elevated social status of the deceased (Figs. 5.4a, b, c, d).

Fig. 5.4a Patera di bronzo. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.4b Kyathoi «a rocchetto» di bronzo. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.4c Colum di bronzo. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine V sec. a.C.

Fig. 5.4d Colum di bronzo. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine V sec. a.C.

Fig. 5.4a Bronze Patera. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV-Early III century b.C.

Fig. 5.4b Spool-shaped bronze Kyathoi. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV-Early III century b.C.

Fig. 5.4c Bronze colum. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late V century b.C.

Fig. 5.4d Bronze colum. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late V century b.C.



Fig. 5.5



Fig. 5.6

Un aspetto molto importante, distintivo del banchetto in ambito italico è dato dal fatto che, in molti casi, questi strumentari sono stati deposti in tombe femminili, in palese violazione della norma greca che voleva le pratiche conviviali prerogativa esclusiva degli uomini. Numerose sono poi le scene di simposio con coniugi, dipinte all'interno delle tombe etrusche, come pure i cinerari sul cui coperchio è rappresentata la coppia ban-

A very important aspect that distinguished the banquet in Italy is the fact that, in many cases, these vessels were placed in the tombs of women, in blatant violation of the Greek rule which laid down that such convivial practices were the exclusive prerogative of men. There are also numerous scenes of symposium featuring married couples painted inside the Etruscan tombs, as well as cinerary urns with the banqueting couple portrayed upon the lid

chettante (Figg. 5.5 e 5.6). Forse anche all'introduzione delle donne al simposio si riferisce la tradizione letteraria ellenica quando allude polemicamente alla «libertà di costumi» degli Etruschi⁴. Le donne etrusche sarebbero insomma state partecipi in quanto detentrici di un ruolo chiave nella gestione della casa e del patrimonio familiare.

Fortunatamente anche le fonti letterarie sul simposio sono generose. Molte

(Figs. 5.5 and 5.6). Possibly the Hellenic literary tradition is referring to the introduction of women to the symposium when it makes polemical allusion to the «liberty of the customs» of the Etruscans⁴. In short, the Etruscan women were apparently allowed to participate since they played a key role in the management of the home and the family assets.

Fortunately, the literary sources on the symposium are also numerous. We have a

Fig. 5.5 Urna cineraria di alabastro dipinto. Da Monteriggioni, necropoli del Casone, tomba dei Calisna Sepu. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine III sec. a.C.

Fig. 5.6 Urna cineraria in alabastro dipinto. Da Città della Pieve, località Bottarone. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi del IV sec. a.C.

Fig. 5.5 Alabaster lidded cinerary urn. From Monteriggioni, necropolis of Casone, tomb of Calisna Sepu. Firenze, Museo Archeologico nazionale. Late III century b.C.

Fig. 5.6 Painted alabaster cinerary urn. From Bottarone, near Città della Pieve. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Early IV century b.C.

informazioni dettagliate su come si svolgesse le abbiamo grazie ad Ateneo di Naukratis (II-III secolo d.C.) nell'opera *Deipnosophistai* (*I dotti a banchetto*), il quale, dopo aver descritto le abitudini alimentari quotidiane di un Greco, racconta il momento del *symposion*, preceduto da una cena (*dorpon*) leggera, che non doveva appesantire la digestione. La cerimonia si svolgeva fino all'alba in una sala riservata ai maschi, l'*andron*, dove il padrone di casa riuniva gli amici, *hetairoi*, a lui pari per importanza e posizione sociale. In questa stanza le donne della famiglia non entravano mai e la presenza femminile era garantita esclusivamente da flautiste, ballerine, cortigiane ed etere che guadagnavano offrendo agli ospiti prestazioni, anche di tipo erotico. I commensali si sdraiavano, generalmente in coppia, sulle *klinai*, i letti sui quali potevano mangiare e bere appoggiandosi con il gomito sinistro su soffici cuscini (*tylai*), in modo da lasciare libera la mano destra per bere dalla coppa e per piluccare vari stuzzichini salati o dolci, fra un brindisi e l'altro. Le *klinai* erano disposte intorno alle pareti, sui tre lati della sala (da cui il nome *triklinos oikos*, che diede origine al *triclinium* romano):

la prima *kline* immediatamente a destra dell'ingresso era considerata il posto d'onore e pertanto riservata al padrone di casa o all'ospite di maggior riguardo. Il rito iniziava con un'abluzione (*chernips*) durante la quale si purificavano le mani con acqua lustrale, intiepidita e profumata con petali di rose o di viole, passando poi a cospargersi di unguenti all'aroma di mirra e ambrosia. Seguiva la libagione in onore dell'*agathòs daimon*, il «dio buono» *Dionysos*, facendo passare in circolo, verso destra, una grande *kylix* o coppa con poco vino puro (*akratismos*) del quale si sorbiva a turno solo un piccolo sorso e si versavano gocce per terra: seguiva un'analoga libazione agli dei, mentre la cerimonia veniva conclusa dal canto del *paian*, il peana conviviale di buon auspicio per la serata.

I simposiasti, sempre in segno d'iniziazione, cingevano il capo con corone profumate (*stephanai*) di edera e mirto, piante sacre a Dioniso; il dio era idealmente presente nel vino e se da un lato concedeva l'ebbrezza dall'altro lato ammoniva a bere gradualmente per non diventare satiri o menadi impazziti.

Si eleggeva quindi il *symposiarchos*, un vero e proprio maestro della cerimo-

great deal of detailed information about how they were organised thanks to Athenaeus of Naukratis (II-III century a.C.) in the work *Deipnosophistae* (or the *Philosophers at Dinner*) where, after having described the daily eating habits of the Greeks, he narrates the occasion of the *symposion*, preceded by a light dinner (*dorpon*) designedly not heavy on the digestion. The ceremony continued until dawn in a room reserved for men, the *andron*, where the master of the house gathered with friends, *hetairoi*, who were on par with himself in terms of importance and social position. The women of the family never entered this room, and the women in attendance were all either flautists, dancers, courtesans or heterae who were paid to offer services, even of an erotic nature, to the guests. The diners re-

clined, generally in pairs, on the *klinai*, couches on which it was possible to eat and drink with the left elbow resting on soft cushions (*tylai*), thus leaving the right hand free to drink from the cup and pick up various sweet or savoury titbits between one toast and the next. The *klinai* were set around the walls on three sides of the room, (hence the name *triklinos oikos* which gave origin to the Roman *triclinium*): the first *kline* immediately to the right of the entrance was considered the place of honour and was hence reserved for the master of the house or the most illustrious guest. The ritual began with an ablution (*chernips*) during which the hands were purified with holy water, warmed and perfumed with rose or violet petals, after which they were rubbed with fragrant unguents smelling of myrrh and am-



Fig. 5.7a



Fig. 5.7b

nia che fissava le regole del convito, il numero dei brindisi (*proposais*), le modalità e la quantità delle bevute e il loro alternarsi ai canti e ai giochi, con le relative penitenze, ma soprattutto stabiliva le percentuali dell'acqua, contenuta nelle *hydriai*, per la diluizione del vino.

brosia. This was followed by a libation offered in honour of the *agathòs daimon*, the «good god» Dionysus, passing in a circle, towards the right, a large *kylix* or cup with a small quantity of pure wine (*akratismos*) from which each in turn took just a tiny sip and sprinkled drops on the ground. This was followed by a similar libation to the gods, while the ceremony ended with the chanting of the *paian*, the convivial pæan as a good augury for the evening.

Again as a sign of initiation the symposiasts wore upon their heads fragrant garlands (*stephanai*) of ivy and myrtle, plants sacred to Dionysus; the god was metaphorically present in the wine and, while on the one hand he conceded inebriation, on the other he also admonished the symposiasts to drink gradually so as not to risk becoming crazed satyrs or maenads.

Al centro della sala stava un grande contenitore, il cratere, da *kratos*, cioè mescolato (il verbo è *kerannumi*, mescolare), in cui Dioniso idealmente miscela con l'acqua il vino puro e lo rende bevibile per gli uomini che mal sopporterebbero l'alta gradazione alcolica (Figg. 5.7a e 5.7b).

After this the *symposiarchos* was elected, an authentic master of ceremonies who established the rules of the banquet, the number of toasts (*proposais*), the type and number of the drinks and their alternation with songs and games, and the respective forfeits; most important of all, he established the percentages of water contained in the *hydriai* for the dilution of the wine.

In the centre of the room stood a large container, the *krater*, from *kratos* meaning mixed (the verb is *kerannumi* = to mix), in which Dionysus symbolically mixed the pure wine with water, thus rendering it drinkable for men who would otherwise have found it hard to cope with the high alcohol content (Figs. 5.7a and 5.7b). The wine was therefore mixed with water in the *kraters* in different

Fig. 5.7a Cratere a colonnette attico a figure rosse. Pittore di Harrow. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 500-490 a.C.

Fig. 5.7b Cratere a colonnette attico a figure rosse. Pittore di Firenze. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 450 a.C.

Fig. 5.7a Attic red-figured crater with small pillars. Harrow painter: Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 500-490 b.C.

Fig. 5.7b Attic red-figured crater with small pillars. Florence painter: Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 450 b.C.



Fig. 5.8a



Fig. 5.8b

Fig. 5.8a Kyathoi «a rocchetto» fittili. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV sec. a.C.

Fig. 5.8b Simpulum di bronzo. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine V sec. a.C.

Fig. 5.8a Spool-shaped clay Kyathoi. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV century b.C.

Fig. 5.8b Bronze Simpulum. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late V century b.C.

Il vino veniva quindi mescolato con acqua nei crateri in varie diluizioni: a metà con l'acqua, in tre parti d'acqua e due di vino, in due parti di acqua e una di vino, in tre parti di acqua e una di vino. Infatti bere vino puro ed ubriacarsi, come erano soliti fare i barbari, veniva ritenuto pericoloso perché conduceva alla violenza e alla pazzia.

Sempre Ateneo, ne *I sofisti a banchetto* (II, 36c), riporta un divertente frammento di una commedia perduta di Eubulo (IV sec. a.C.), nella quale è lo stesso Dioniso a dare indicazioni per evitare gli eccessi del vino e così il cratere diventa anche il metro di misura del bere.

dilutions: half and half, three parts water to two of wine, two parts water to one of wine or three parts water to one of wine. Indeed, drinking pure wine and getting drunk, as the barbarians were in the habit of doing, was considered dangerous since it led to violence and madness.

It is again Athenaeus in the *Philosophers at Dinner* (II, 36c), who cites an amusing extract from a lost play by Eubulus (IV century b.C.), in which it is Dionysus himself who gives instructions on how to avoid the excesses of

Per gli uomini assennati io mescolo tre crateri.

Il primo che essi bevono è per la salute

Il secondo per il piacere e il desiderio

Il terzo per il sonno.

Bevuto questo i saggi convitati si accingono a tornare a casa.

Il quarto cratere non appartiene più alla nostra influenza ma alla violenza,

il quinto al frastuono,

il sesto alla processione bacchica,

il settimo agli occhi pesti,

l'ottavo per il testimone d'accusa,

il nono per la collera,

il decimo per far uscire di senno.

Infatti, un gran numero di libagioni fatte in piccoli bicchieri

wine, and where the krater becomes the measure of moderation (or otherwise) in drinking.

Three kraters only do I mix for the temperate:

one to health, which they empty first,

the second to love and pleasure,

and the third to sleep.

When this is drained wise men go home.

The fourth krater is ours no longer, but belongs to violence;

the fifth to uproar,

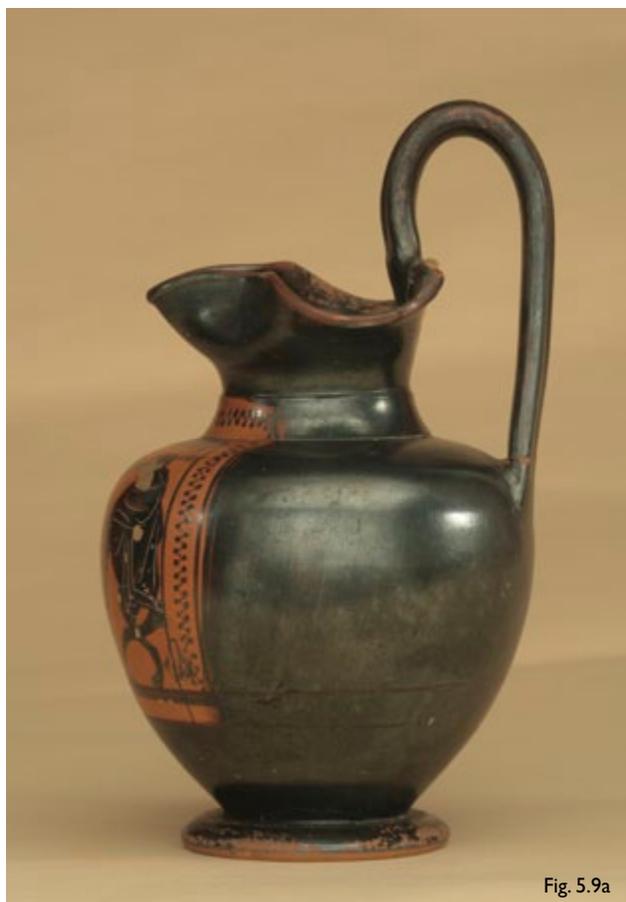


Fig. 5.9a

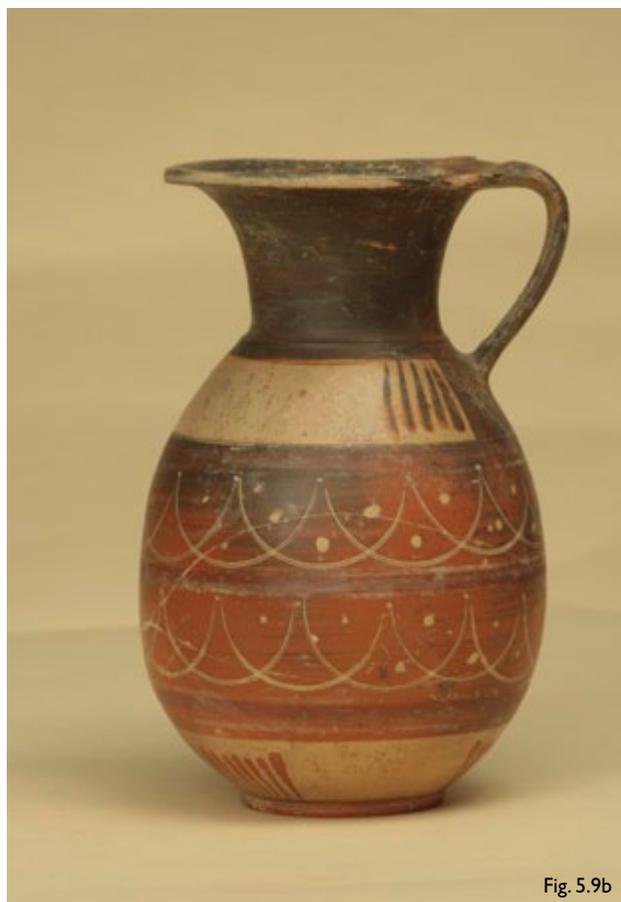


Fig. 5.9b

Taglia facilmente le gambe a chi ha bevuto.

In molti casi si aggiungeva formaggio grattugiato, così da correggere da un lato il tasso eccessivamente elevato di alcool e dall'altro da modificarne il sapore. Giovani schiavi iniziavano a servire la bevanda, aromatizzata d'inverno con spezie (si pensi all'odierno *vin brulé*) e nella stagione calda resa più rinfrescante con

*the sixth to drunken revel,
the seventh to black eyes,
the eighth calls in the law,
the ninth belongs to black gall
and the tenth to madness.*

*Too much wine, poured into one little vessel,
easily knocks the legs from under the drinkers.*

Very often grated cheese was added, on the one hand to correct the excessively high alcohol content, and on the other to modify the flavour. Young slaves would begin to serve

frutta ed erbe profumate (analogamente alla *sangrilla* ispanica).

Il vino veniva mescolato e attinto dagli schiavi per le coppe degli ospiti con *kyathoi* e *kykethra* (ramaioli) di vario genere (Figg. 5.8a e 5.8b). Per contenere e versare il vino si usava l'*oinochoe*, da *oinos* 'vino' e *cheo* 'versare', una brocca con l'imboccatura rotonda o trilobata (Figg. 5.9a e 5.9b).

the beverage, which in the winter was perfumed with spices (something like the modern *vin brulé*) and in the warm season rendered fresher through the use of fruit and fragrant herbs (rather like the Spanish *sangrilla*).

The wine was mixed and then drawn by the slaves for the guests' cups using *kyathoi* and *kykethra* (ladles) of various kinds (Figs. 5.8a and 5.8b). To hold and pour the wine *oinochoe* were used (from *oinos* «wine» and *cheo* «to pour»), a type of jug with a round or trilobate mouth (Figg. 5.9a e 5.9b).

Fig. 5.9a Oinochoe attica a figure rosse. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Prima metà V sec. a.C.

Fig. 5.9b Olpe etrusco-corinzia. Gruppo ad archetti intrecciati. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Primo quarto VI sec. a.C.

Fig. 5.9a Attic red-figured Oinochoe. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First half of V century b.C.

Fig. 5.9b Etruscan Corinthian Olpe. Group with small interwoven arches. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First quarter of the VI century b.C.



Fig. 5.10 Kylix a occhioni a figure nere di tipo C. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 520-500 a.C.

Fig. 5.10 Black-figured eyes kylix type C. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 520-500 b.C.

Per bere il vino si utilizzavano la *kylix* (Fig. 5.10), una coppa larga con due anse orizzontali, da tenere per il piede generalmente alto e lo *skyphos*, detto anche *kotyle* in ambito corinzio (Fig. 5.11), una coppa a forma di tazza profonda con due piccole anse orizzontali o rivolte verso l'alto, dal piede basso o del tutto assente. Altro vaso potorio, particolarmente diffuso nella ceramica etrusca in bucchero alla fine del VII secolo a.C., è il *kantharos*, l'elegante calice a volute dei rituali

dionisiaci, dalle anse lunghe e verticali (Fig. 5.12).

In un'atmosfera profumata da essenze esotiche che bruciavano negli incensieri (*thymiateria*), la riunione veniva rallegrata dalla poesia, accompagnata dalla musica, e da numerosi giochi come indovinelli ed enigmi. Molto diffuso alla fine del simposio era il *kottabos*, che consisteva nel colpire un bersaglio, rovesciare piccoli recipienti in equilibrio instabile su alti sostegni lanciando il vino rima-

The wine was then drunk from a *kylix*, (Fig. 5.10) a large cup with two horizontal handles, with a foot and usually a long stem by which it was held, and the *skyphos*, also known as the *kotyle* in Corinthian circles (Fig. 5.11), a deep

wine-cup with two small handles, horizontal or turned upwards, and with a low base or none at all. Another drinking vessel, particularly common in Etruscan *bucchero* ware at the end of the 7th century b.C., was the *kan-*



Fig. 5.11



Fig. 5.11 Kotyle corinzia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 580 a.C.

Fig. 5.12 Kantharos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine VII-inizi VI sec. a.C.

Fig. 5.11 Corinthian Kotyle. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 580 b.C.

Fig. 5.12 Bucchero Kantharos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late VII-first half of the VI century b.C.



Fig. 5.12

tharos, the elegant goblet with volutes of the Dionysian rituals, with high vertical handles (Fig. 5.12).

In an atmosphere perfumed by the exotic essences that were burned in the incense

burners (*thymiateria*), the evening would be enlivened by poetry, accompanied by music, and numerous games such as enigmas and riddles. Often at the end of the symposium the game of *kottabos* was played, which con-



Fig. 5.13 Scena di Simposio con gioco del Kóttabos. Kylix attica a figure rosse di Douris. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Primo quarto del V sec. a.C.

Fig. 5.13 Scene of a Symposium with a game of Kóttabos. Attic red-figured kylix. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First quarter of the V century b.C.

sto nel fondo di una coppa; nato come forma di libagione, raggiunse spesso un carattere amatorio poiché chi colpiva il bersaglio lo faceva pronunciando il nome della persona di cui sperava procurarsi il favore (Figg. 5.13 e 5.14).

Altro gioco era lo *askoliasmos* nel quale si restava in equilibrio su un otre.

sisted of striking a target, that is toppling a small recipient set precariously on a tall stand by throwing the wine dregs remaining in the bottom of the cup at it; originating as a form of libation, it frequently assumed an amatorial character since as the player struck the target he would utter the name of the object of his affection. (Figs. 5.13 and 5.14). Another game was the *askoliasmos* in which the con-

Dall'ambiente chiuso del simposio i partecipanti, in preda all'ebbrezza, uscivano a cielo aperto per celebrare Dioniso, riproducendo un vero e proprio *komos*, un corteo festoso nel quale i simposiasti si mascheravano e si travestivano da suoi seguaci, invasati e rapiti dalla *mania* divina.

testants had to keep their balance standing on a wineskin. From the closed ambience of the symposium, the drunken participants would then go out into the open air to celebrate Dionysus, reproducing an authentic *komos*, a festive cortege in which the symposiasts disguised themselves and dressed as the god's followers, possessed and carried away by the divine mania.



Fig. 5.14 Scena di simposio: vino, musica, erotismo e gioco del kottabos. Tomba del tuffatore. Paestum, Museo Archeologico Nazionale 480-470 a.C.
Fig. 5.14 Symposium scene: wine, music, sex and the game of kottabos. Diver's tomb. Paestum, Museo Archeologico Nazionale 480-470 b.C.



Fig. 5.15



Fig. 5.16

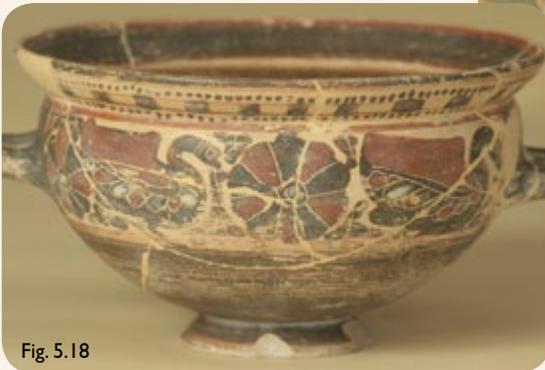


Fig. 5.18



Fig. 5.17

Fig. 5.15 Olpe a rotelle etrusco-corinzia. Pittore dei Rosoni. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 575-550 a.C.

Fig. 5.16 Olpe a rotelle etrusco-corinzia. Pittore dei Rosoni. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 575-550 a.C.

Fig. 5.17 Kylix etrusco-corinzia. Ciclo dei Rosoni (particolare). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 575-550 a.C.

Fig. 5.18 Kylix etrusco-corinzia. Ciclo dei Rosoni. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 575-550 a.C.

Fig. 5.15 Etruscan Corinthian wheeled olpe. Painter of the Rosettes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 575-550 b.C.

Fig. 5.16 Etruscan Corinthian wheeled olpe. Painter of the Rosettes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 575-550 b.C.

Fig. 5.17 Etruscan Corinthian Kylix. Cyle of rosettes (detail). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 575-550 b.C.

Fig. 5.18 Etruscan Corinthian Kylix. Cyle of rosettes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 575-550 b.C.



Fig. 5.19



Fig. 5.20

Fig. 5.19 Piatto etrusco-corinzio. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Ciclo dei Rosoni, Pittore delle code annodate. 580-560 a.C.

Fig. 5.20 Piatto etrusco-corinzio (particolare). Ciclo dei Rosoni, Pittore delle code annodate Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 580-560 a.C.

Fig. 5.19 Etruscan Corinthian dish. Cycle of rosetted, Painter of the notte tails. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. 580-560 b.C.

Fig. 5.20 Etruscan Corinthian dish (detail). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Cycle of rosettes, Painter of the knotted tails. 580-560 b.C.



Fig. 5.21

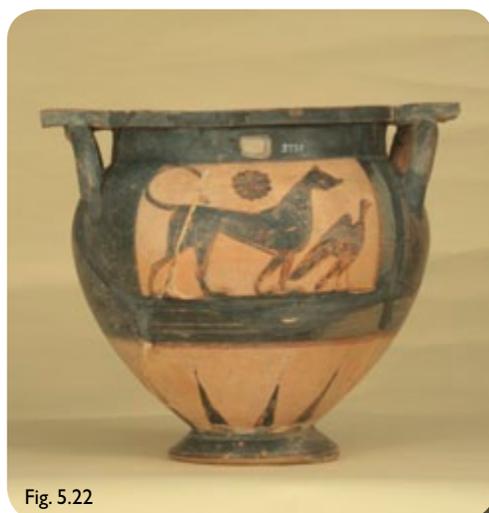


Fig. 5.22

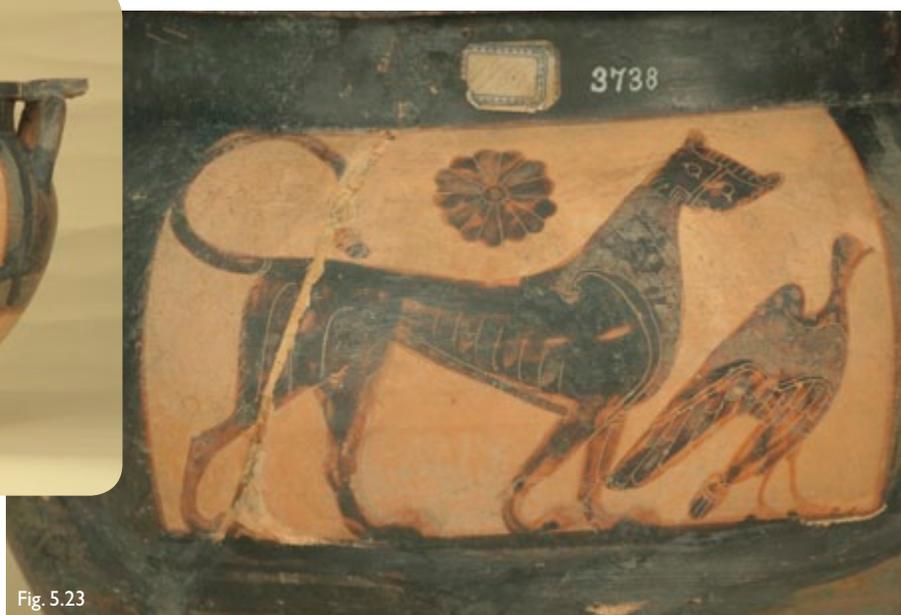


Fig. 5.23

Fig. 5.21 Kylix etrusco-corinzia. 575-550 a.C. Firenze, Museo Archeologico Nazionale.

Fig. 5.22 Cratere a colonnette etrusco-corinzio. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi VI sec. a.C.

Fig. 5.23 Cratere a colonnette etrusco-corinzio (particolare). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi VI se. a.C.

Fig. 5.24 Cratere a colonnette etrusco-corinzio (particolare). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi VI se. a.C.

Fig. 5.25 Cratere a colonnette etrusco-corinzio (particolare). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi VI se. a.C.

Fig. 5.21 Etruscan Corinthian Kylix 575-550 b.C. Firenze, Museo Archeologico Nazionale.

Fig. 5.22 Etruscan Corinthian crater with small pillars. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Early VI century b.C.

Fig. 5.23 Etruscan Corinthian crater with small pillars (detail). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Early VI century b.C.

Fig. 5.24 Etruscan Corinthian crater with small pillars (detail). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Early VI century b.C.

Fig. 5.25 Etruscan Corinthian crater with small pillars (detail). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Early VI century b.C.



Fig. 5.24



Fig. 5.25



Fig. 5.26



Fig. 5.27



Fig. 5.28



Fig. 5.30



Fig. 5.29

Fig. 5.26 Oinochoe a bocca trilobata di bucchero pesante. Produzione chiusina. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Seconda metà VI sec. a.C.

Fig. 5.27 Vasi da Simposio in bucchero pesante. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. VI sec. a.C.

Fig. 5.28 Oinochoe a bocca trilobata di bucchero pesante. Produzione chiusina. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Seconda metà VI sec. a.C.

Fig. 5.29 Oinochoe con coperchio di bucchero pesante. Produzione chiusina. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Seconda metà VI sec. a.C.

Fig. 5.30 Foculo di bucchero pesante con corredo. Da Chiusi. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Seconda metà VI sec. a.C.

Fig. 5.26 Trefoil-mouthed heavy bucchero Oinochoe. Made in Chiusi. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Second half of the VI century b.C.

Fig. 5.27 Symposium heavy bucchero vases. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. VI century a.C.

Fig. 5.28 Trefoil-mouthed heavy bucchero Oinochoe. Made in Chiusi. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Second half of the VI century b.C.

Fig. 5.29 Lidded heavy bucchero Oinochoe. Made in Chiusi. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Second half of the VI century b.C.

Fig. 5.30 Bucchero foculos, with set of implements. From Chiusi. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Second half of VI century b.C.



Fig. 5.31



Fig. 5.32



Fig. 5.33



Fig. 5.34



Fig. 5.35

Fig. 5.31 Kyathos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. VI sec. a.C.

Fig. 5.32 Kantharos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine VII-prima metà VI sec. a.C.

Fig. 5.33 Kyathos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Prima metà VI sec. a.C.

Fig. 5.34 Kantharos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine VII-prima metà VI sec. a.C.

Fig. 5.35 Kyathos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Prima metà VI sec. a.C.

Fig. 5.31 Bucchero Kyathos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. VI sec. b.C.

Fig. 5.32 Bucchero Kantharos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late VII-first half of the VI century b.C.

Fig. 5.33 Bucchero Kyathos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First half of the VI century b.C.

Fig. 5.34 Bucchero Kantharos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late VII-first half of the VI century b.C.

Fig. 5.35 Bucchero Kyathos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First half of the VI century b.C.

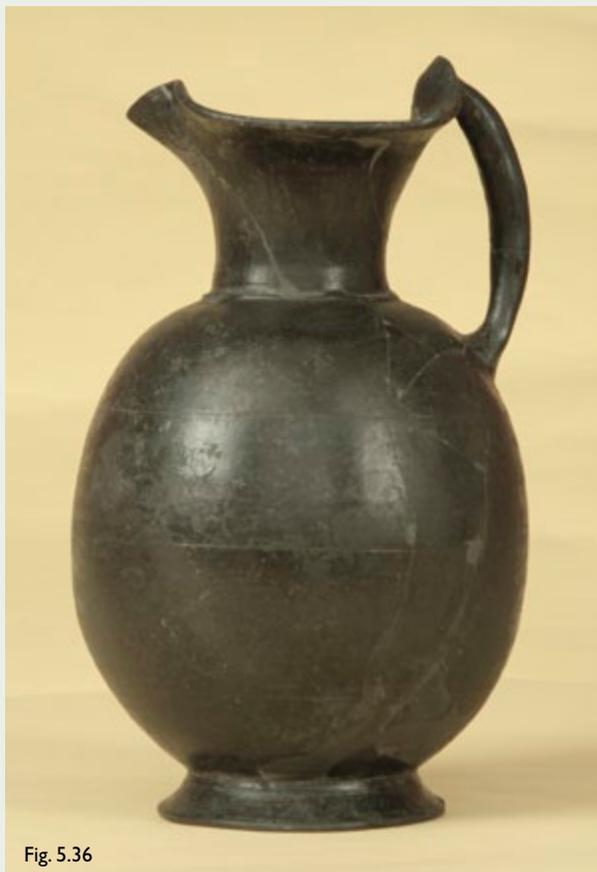


Fig. 5.36

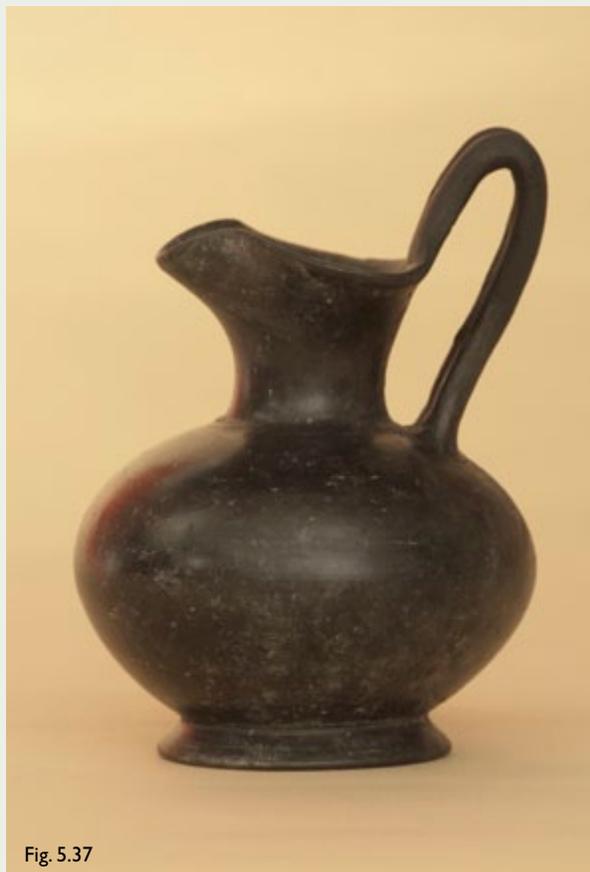


Fig. 5.37



Fig. 5.38



Fig. 5.39

Fig. 5.36 Oinochoe di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Prima metà VI sec. a.C.

Fig. 5.37 Oinochoe di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Prima metà VI sec. a.C.

Fig. 5.38 Calice di bucchero a pareti ondulate. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Decenni centrali VI sec. a.C.

Fig. 5.39 Kyathos di bucchero. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine VII sec. a.C.

Fig. 5.36 Bucchero Oinochoe. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First half of the VI century b.C.

Fig. 5.37 Bucchero Oinochoe. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First half of the VI century b.C.

Fig. 5.38 Wavy-walled bucchero goblet. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Mid-decades of the VI century b.C.

Fig. 5.39 Bucchero Kyathos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late VII century b.C.



Fig. 5.40

Fig. 5.40 Cratere a calice a vernice nera. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III sec. a.C.

Fig. 5.41 Cratere a calice a vernice nera (particolare). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III sec. a.C.

Fig. 5.40 Black goblet-shaped crater: Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III century b.C.

Fig. 5.41 Black goblet-shaped crater (detail). Firenze, Museo Archeologico Nazionale III century b.C.



Fig. 5.41



Fig. 5.42



Fig. 5.43

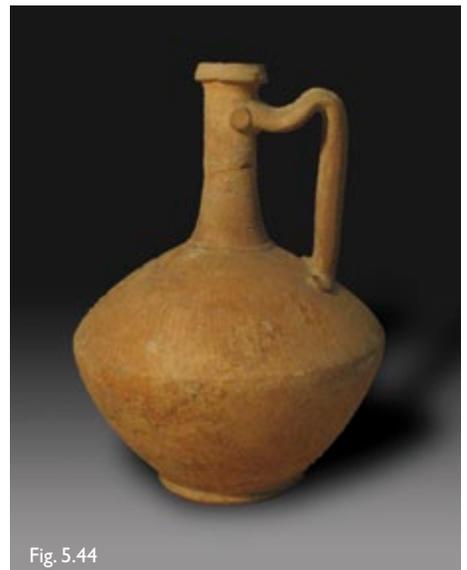


Fig. 5.44



Fig. 5.45



Fig. 5.46

Fig. 5.42 Olla biansata d'impasto. Da Toscana. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III sec. a.C.

Fig. 5.43 Lagynoi acrome. Da Toscana. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-I sec. a.C.

Fig. 5.44 Lagynos acroma. Da Toscana. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-I sec. a.C.

Fig. 5.45 Piatto a vernice nera. Firenze, Museo Archeologico di Firenze. Produzione etrusco-settentrionale. II metà II sec. a.C.

Fig. 5.46 Cratere a vernice nera. Produzione volterrana. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III sec. a.C.

Fig. 5.42 Double-handed paste olla. From Tuscany. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III century b.C.

Fig. 5.43 Achromatic lagynoi. From Tuscany. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-I century b.C.

Fig. 5.44 Achromatic Lagynos. From Tuscany. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-I century b.C.

Fig. 5.45 Black-painted dish. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Northern Etrurian product. Second half of the II century b.C.

Fig. 5.46 Black painted crater. Product of Volterra. III century b.C.



Fig. 5.47



Fig. 5.48



Fig. 5.49

Fig. 5.47 Kylix a vernice nera. Produzione etrusco-settentrionale. Firenze, Museo Archeologico Nazionale Prima metà II sec. a.C.

Fig. 5.48 Colum a vernice nera. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.49 Patera monoansata. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III sec. a.C.

Fig. 5.50 Skyphos a vernice nera sovradipinta. Da Populonia. Produzione etrusco meridionale. Firenze, Museo Archeologico Nazionale Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.51 Oinochoe con bocca a cartoccio sovradipinta. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.52 Glaux sovradipinta. Da Populonia. Gruppo delle Glaukes etrusche. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.53 Kantharos sovradipinto. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.54 Glaux attica a figure rosse. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine V sec. a.C.

Fig. 5.47 Black-painted Kylix. Northern Etrurian product. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. First half of the II century b.C.

Fig. 5.48 Black painted Colum. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale Late IV-Early III century b.C.

Fig. 5.49 Single-handled patera. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III century b.C.

Fig. 5.50 Overpainted black-paint Skyphos. From Populonia. Southern Etrurian product. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV-Early III century b.C.

Fig. 5.51 Overpainted cornet-mouthed Oinochoe. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale Late IV-Early III century b.C.

Fig. 5.52 Overpainted glaux. from Populonia. Group of Etruscan Glaukes. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV-Early III century b.C.

Fig. 5.53 Overpainted Kantharos. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV-Early III century b.C.

Fig. 5.54 Attic red-figured Galux. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late V century b.C.



Fig. 5.50



Fig. 5.51



Fig. 5.52



Fig. 5.53



Fig. 5.54



Fig. 5.55

Fig. 5.55 Cratere a calice con tralcio di vite e pampini a rilievo in ceramica argentata. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.56 Cratere a calice con tralcio di vite e pampini a rilievo in ceramica argentata (particolare). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 5.55 Silver ceramic goblet-shaped crater with embossed wine shoot and wine leaves. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV-Early III century b.C.

Fig. 5.56 Silver ceramic goblet-shaped crater with embossed wine shoot and wine leaves (detail). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV-Early III century b.C.



Fig. 5.56



Fig. 5.57



Fig. 5.58

Fig. 5.57 Lagynos acroma. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-I sec. a.C.

Fig. 5.58 Kylix attica a figure rosse. Firenze, Museo Archeologico di Firenze. Fine V sec. a.C.

Fig. 5.57 Achromatic Lagynos. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-I century b.C.

Fig. 5.58 Attic red-figured Kylix. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late V century b.C.

Bibliografia di riferimento

Reference bibliography

- A. Bottini, *Banchetto e simposio fra Grecia e Italia in Cibi e Sapori nel Mondo antico*. Catalogo della Mostra, Firenze 2005, pp. 25-30.
- L. Canfora (a cura di), *Ateneo: I Deipnosofisti – I dotti a banchetto*, Roma 2001.
- G. C. Cianferoni, *Vino e olio ‘principi’ della tavola*, in *Cibi e Sapori nel Mondo antico*. Catalogo della Mostra, Firenze 2005, pp. 79-91.
- P. Garnsey, *Food and Society in Classical Antiquity*, Cambridge 1999.
- M. Iozzo, *Il banchetto in Grecia: alcuni aspetti iconografici*, in *Cibi e Sapori nel Mondo antico*. Catalogo della Mostra, Firenze 2005, pp. 31-43.
- H. Licht, *L'amore al banchetto*, in *L'amore in Grecia*, a cura di C. Calame, Roma-Bari 1983, pp. 103-116.
- F. Lissarrague, *L'immaginario del simposio greco*, Roma-Bari 1989.
- D. Musti, *Il simposio nel suo sviluppo storico*, Roma-Bari 2001.
- P. Murray – P. Wilson (a cura di), *Music and the Muses. The culture of ‘Mousike’ in the Classical Athenian City*, Oxford 2004.
- R. T. Neer, *Style and Politics in Athenian Vase-painting. The Craft of Democracy, ca. 530-460 B.C.E.*, Cambridge 2002.
- M. Tagliente, *Strumenti e iconografia del simposio in Il vino di Dioniso. Dei e uomini a banchetto*, Catalogo della Mostra, Siena 2002.
- M. Torelli, *Banchetto e simposio nell'Italia arcaica: qualche nota*, in O. Longo – P. Scarpi (a cura di), *Homo Edens, I. Regimi, miti e pratiche dell'alimentazione nella civiltà del Mediterraneo*, Verona 1989, pp. 301-307.
- M. Vetta (a cura di), *Poesia e simposio nella Grecia antica. Una guida storica e critica*, Roma-Bari 1983.
- M. Vickers, *Greek Symposia*, London 1978.
- M. L. West, *Ancient Greek Music*, Oxford 1992.
- J. Wilkins (a cura di), *Food in Antiquity*, Exeter 1999.

Endnotes

¹ Among all the evidence of oriental *triclinium* couches, one of the most famous is the Assyrian relief from the North Palace of Ashurbanipal at Nineveh (mid 7th century b.C.). London, British Museum

² The garland on the head of the youth recalls the famous entrance of Alcibiades in Plato's *Symposium*: «He was extremely drunk [...] and he stood there at the door, crowned with ivy and violets, coiled into a thick garland». In Greece the garland of flowers and

leaves was closely linked to drunkenness and the pleasures of the banquet, to the point of becoming a Hellenistic literary *tòpos*, present in Callimachus (*Anthologia Palatina*, XII, 134), in Straton of Sardis (*ibid.*, XII, 8) and in the fine epigram of Asclepiades of Samos (III century b.C.): «Wine tests for love. As Nicagoras was denying his love/to us, a series of many toasts betrayed him./He wept and hung his head and looked downcast,/and his garland fell to one side» (*ibid.*, XII; 135).

³ Over the course of the centuries of Etruscan civilisation the iconography of the ban-

Note

¹ Tra tutte le testimonianze di letti triclinari orientali, famoso è il rilievo assiro dal Palazzo Nord di Assurbanipal, a Ninive, (metà VII secolo a. C.). London, British Museum.

² La ghirlanda che cinge il capo dell'efebro rammenta il celebrato ingresso di Alcibiade nel *Simposio* di Platone: «Era ebbro assai [...] e stette lì sulla porta, incoronato d'edera e di violette, avvolte in corona assai fitta». La ghirlanda di foglie e fiori, in Grecia, era strettamente connessa all'ebbrezza e ai piaceri del banchetto, fino a diventare un *tòpos* letterario ellenistico, presente in Callimaco (*Anthologia Palatina*, XII, 134), in Strattone di Sardi (*ibidem*, XII, 8) e nel bell'epigramma di Asclepiade di Samo (III sec. a.C.): «Spia dell'amore è il vino. Una tazza/dopo l'altra, convinsero Nicàgora/che negava d'amarmi./Pianse allora e piegò il capo nel sonno/con lo sguardo imbronciato, e la corona/gli pendeva da un lato.» (*ibidem*, XII; 135).

³ L'iconografia del banchetto nel corso dei secoli della civiltà etrusca presen-

ta varianti di rilievo. La testimonianza archeologica più antica di banchetto etrusco è costituita da un cinerario di impasto rinvenuto a Montescudaio, nei pressi di Volterra, databile alla seconda metà del VII secolo a.C. Sul coperchio del cinerario vi è riprodotto un signore (certamente un aristocratico) seduto davanti a una tavola riccamente imbandita, con a fianco un grande vaso per il vino. Bisogna aspettare la fine del VII sec. a.C. e gli inizi del VI per le rappresentazioni di simposi 'alla greca', i cui partecipanti non sono più rappresentati seduti, ma distesi, da soli, in coppia o anche in più persone, su letti triclinari. (ad es. le pitture delle tombe tarquinesi della Caccia e della Pesca della fine del VI secolo a.C. e del Frontoncino della metà del VI secolo a.C. e lastre di terracotta decorate a rilievo provenienti dal palazzo di Murlo, nei pressi di Siena, della prima metà del VI secolo a.C. e quelle ritrovate ad Acquarossa, nei pressi di Viterbo, attribuibili alla seconda metà del VI secolo a.C.).

⁴ Vedi Teopompo *apud Athaeneum*, XII 517d.

quet went through significant variations. The oldest archaeological evidence of the Etruscan banquet consists of an *impasto* cinerary urn found in Montescudaio, close to Volterra, datable around the second half of the 7th century b.C. Portrayed on the lid of the urn is a man (certainly a noble) sitting in front of a lavishly spread table, with a large vessel for wine next to him. We then have to wait for the end of the 7th early 6th century for the illustrations of «Greek-style» symposia, where the participants are shown no longer sitting but reclining, alone, in pairs or even

a number of persons, on *triclinium* couches (e.g. the paintings from the Tarquinia tombs of Hunting and Fishing dating to the end of the 6th century b.C., the Tomb of the Frontoncino from the mid 6th century b.C., the terracotta slabs decorated in relief originating from the Palazzo of Murlo, in the vicinity of Siena, from the first half of the sixth century b.C., and those found in Acquarossa, close to Viterbo, attributable to the second half of the 6th century b.C.).

⁴ See Theopompus *apud Athaeneum*, XII 517d.



Fig. 6.1



Tradizione e innovazione nella storia della vitivinicoltura

Tradition and Innovation in the History of Winegrowing

Paolo Nanni

Università degli Studi di Firenze

Prima di affrontare il tema del rapporto tra innovazione e tradizione nella storia della vitivinicoltura, ritengo opportuno soffermare l'attenzione su una premessa. Un nuovo interesse si sta sempre più affermando intorno alla storia dell'agricoltura e alla dimensione 'storica' di fenomeni che caratterizzano l'evoluzione recente e i cambiamenti in atto nel mondo agricolo anche sul piano economico. Per non rimanere ancorati a folkloristiche rievocazioni che non oltrepassano la soglia della mitizzazione, sarà forse opportuno sottolineare alcuni aspetti che possono offrire elementi di reale interesse (Fig. 6.2).

Before addressing the subject of the relations between innovation and tradition in the history of winegrowing, it seems appropriate to focus briefly on a preliminary consideration. There is a new and growing interest in the history of agriculture and in the 'historic' dimension of phenomena that characterise the recent evolution and the changes under way in the agricultural world, even at an economic level. In order not to remain tied to folklorist re-enactments that fail to go beyond the threshold of mythicisation, it is perhaps expedient to underscore several aspects that offer elements of genuine insight (Fig. 6.2).

Storia ed economia agraria

La ricostruzione dell'evoluzione storica di lunga durata fino allo sviluppo recente mette in risalto almeno tre aspetti che motivano l'interesse per la storia dell'agricoltura. Il primo risulta legato all'importanza sul piano strettamente culturale della conoscenza del passato. Elemento già in sé da non sottovalutare, soprattutto in quelle epoche storiche, come l'attuale, caratterizzate da profondi cambiamenti in atto¹. In secondo luogo è da ricordare il significato del rapporto tra economia e storia ampiamente documentato da illustri maestri dell'economia agraria. Mi riferisco, per esempio, all'insistenza di

History and agricultural economics

The reconstruction of the long-term historic evolution through to recent development brings to light at least three aspects motivating an interest in the history of agriculture. The first is linked to the importance of a knowledge of the past at a strictly cultural level. This element is in itself not to be undervalued, especially in historic periods – such as the present – characterised by profound changes¹. In the second place, we need to recall the meaning of the relationship between economics and history that has been amply documented by illustrious masters of agrarian economics.

Fig. 6.1 Dalla coltivazione promiscua alla coltivazione specializzata. Fototeca Georgofili.

Fig. 6.1 From mixed to specialised cropping. Fototeca Georgofili.

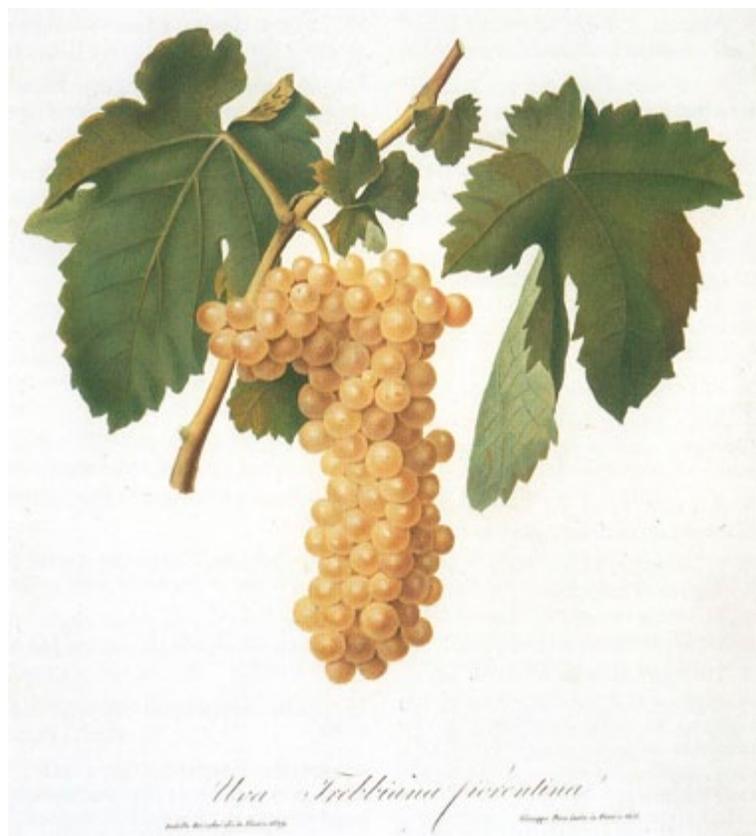


Fig. 6.2 Uva «Trebbiana fiorentina» (G. Galesio, *Pomona italiana*, Firenze 1817-1839 – Fototeca Georgofili).

Fig. 6.2 Grapes «Trebbiana fiorentina» (G. Galesio, *Pomona italiana*, Firenze 1817-1839 – Fototeca Georgofili).

Mario Bandini quando riconosceva al «senso storico» non soltanto il valore di «strumento di comprensione» del passato, ma anche di conoscenza del presente: «Il senso storico non è solo strumento di comprensione del passato – scriveva in riferimento al carattere storico dell'economia agraria – ma anche di valutazione

I am referring, for example, to the insistence of Mario Bandini when he attributed to the «sense of history» the value of a tool not merely for understanding the past, but also for knowing the present: «The sense of history is not merely a tool for understanding the past», he wrote, with reference to the historic character of the agrarian economy, «but also for assessing current problems and, within certain limits, those of the future»². A sensitivity educated to understand the meaning of tradition, the dynamics of change, the continuities and discontinuities of history, is crucial in order to be able to «understand and interpret» the present, hence not reducing history to a mere «review of types and forms». Moreover – and this is the third observation – looking more

dei problemi presenti e, entro certi limiti, futuri»². Una sensibilità educata a comprendere il senso della tradizione, le dinamiche del cambiamento, le continuità e le discontinuità nella storia è fattore fondamentale per «comprendere e interpretare» il presente, non riducendo dunque la storia a una mera «rassegna di tipi e di forme». Inoltre – ed è questa la terza osservazione –, venendo più da vicino al settore vitivinicolo, occorre focalizzare un elemento chiave del mercato del vino. Una competizione molto accesa si sta realizzando oggi tra i nuovi paesi produttori di vino e quelli del vecchio continente. Nel mercato ormai globale tale confronto appare interpretato con armi diverse. Da un lato una forte spinta all'utilizzazione delle sempre nuove acquisizioni sul piano scientifico e tecnologico senza particolari vincoli dettati dalle tradizioni. Dall'altro una vitivinicoltura come la nostra legata a una millenaria eredità, fatta di consuetudini e sensibilità, che talvolta può rimanere ingessata dal conflitto tra le esigenze della conservazione e quelle della competitività sui mercati. Comprendere meglio il significato sul piano storico di termini come «tradizione» e «innovazione» può non solo offrire elementi per una più ponderata riflessione, ma anche permettere di

closely at the winegrowing sector; we need to focus a key element of the wine market. A very fierce competition is developing between the new wine-producing countries and those of the old continent. In the by now global market this battle appears to be tackled with different weapons. On the one hand there is a thrust towards the exploitation of continual new acquisitions in the realms of science and technology without any particular restraints dictated by tradition. On the other hand, a winegrowing culture such as ours, bound up with a millennial heritage made up of customs and sensitivities, which can at times be paralysed by the conflict between the demands of conservation and the need to be competitive on the markets. A better understanding of the

far meglio conoscere quelle consuetudini e sensibilità che sono il portato di una lunga esperienza e che sono alla base di tante specificità che possono costituire un valore aggiunto e un vantaggio competitivo per le nostre produzioni. È quanto abbiamo tentato di fare recentemente con una corposa storia della vitivinicoltura toscana a cui hanno collaborato numerosi autori, per racchiudere in un unico volume tutti gli aspetti: la storia, la cultura, l'evoluzione degli ultimi cinquant'anni nel vigneto come in cantina, fino agli attuali scenari e alle sfide in atto³.

Fatte queste precisazioni apparirà forse più chiaro il senso del titolo dato a questa relazione. Il binomio «tradizione innovazione» non è collocabile solo a cavallo della metà del XX secolo, quasi a indicare una realtà storica immobile fino a tale data in cui si identifica il termine tradizione, in contrasto con una successiva stagione caratterizzata dalla pressione delle innovazioni che hanno preso il sopravvento sull'eredità del passato. Sebbene con misure e intensità diverse, tradizione e innovazione sono due termini complementari che attraversano tutto il corso della storia.

Fermerò dunque l'attenzione su alcuni esempi di questi passaggi storici relativi prevalentemente all'area fiorentina, per



giungere poi a presentare alcune note conclusive (Fig. 6.3).

Fig. 6.3 Chianti (Ministero Agricoltura e Foreste, *Per la tutela del vino Chianti*, Roma 1932 – Fototeca Georgofili).

Fig. 6.3 Chianti (Ministero Agricoltura e Foreste, *Per la tutela del vino Chianti*, Roma 1932 – Fototeca Georgofili).

meaning, in historic terms, of terms such as «tradition» and «innovation» can not only offer elements for a more pondered reflection, but also enables the spread of an enhanced knowledge of those customs and sensitivities which are the outcome of lengthy experience and are at the basis of many specificities that can represent added value and a competitive advantage for our productions. This is what we attempted to do recently with a weighty history of winegrowing in Tuscany on which numerous writers collaborated, so as to encapsulate in a single volume all the aspects: history, culture, the evolution in both the vineyard and the cellar over the last fifty years through to the modern scenarios and the current challenges³.

Having made these clarifications, perhaps the meaning of the title given to this paper will be clearer. The «tradition-innovation» combination cannot be placed squarely around the mid twentieth century, suggesting a historic reality that was immobile up to that time to be identified with the term «tradition», opposed to a subsequent season characterised by the pressure of innovations that have got the upper hand over the legacy of the past. Albeit to different degrees and with different intensity, tradition and innovation are two complementary terms that traverse the entire course of history.

Thus I shall focus attention on a few examples of these historic passages, relating mainly to the Florentine area, before proceeding to make a few concluding remarks (Fig. 6.3).

La nascita di una nuova viticoltura: tra Età antica e pieno Medioevo

La viticoltura rappresenta un elemento ben radicato nella nostra penisola, e in particolare nell'Etruria fin da tempi antichi. Già dall'VIII-VII secolo a.C. Greci ed Etruschi determinarono un progressivo inserimento di tale coltivazione, pur con caratteristiche colturali differenti⁴. Alle viti basse tipiche della Magna Grecia corrispondeva infatti la vite maritata ad altre specie arboree di stampo etrusco. I reperti archeo-botanici di *vitis vinifera* e i recipienti vinari reperiti dagli archeologi per questo periodo stanno a documentare tale espansione. Così come, soprattutto a partire dal VII secolo a.C. in ambito etrusco, le raffigurazioni dei siti tombali, le anfore, i vasi vinari e la diffusione di caratteristici contenitori per la consumazione del vino come i «buccheri», starebbero a documentare un significativo allargamento del consu-

mo e dunque della richiesta e della produzione di vino.

L'epoca romana non fece altro che assumere tali orientamenti. Anzi è proprio alla viticoltura che recenti studi sull'economia e la società romana attribuiscono un importante valore⁵. Non solo l'ampio spazio dedicato alla vite e al vino nelle ville romane o la grande considerazione dedicata nei trattati classici di agricoltura, o ancora la vasta documentazione del culto di Bacco starebbero a dimostrare l'importanza della vite e del vino. La stessa circolazione dei prodotti, dimostrata dal ritrovamento di anfore provenienti dalla stessa Etruria disseminata in varie provincie dell'impero, così come la monetizzazione degli scambi commerciali, confutano infatti quell'immagine di economia primitiva attribuita all'età romana. La diversificazione dei prodotti, inoltre, tra vini di bassa qualità e altri di più alto livello, dimostrerebbe un definitivo inserimento del consumo del vino tra tutti gli strati della popola-

The birth of a new viticulture: between the Antique age and the High Middle Ages

Viticulture is an element that has been deeply rooted in Italy, and in Etruria in particular, since ancient times. Already in the 8th-7th century b.C. the Greeks and Etruscans brought about the progressive integration of vine-growing, albeit with different cultivation characteristics⁴. The low vines of Magna Graecia were in fact matched by the vine trained on trees and other arboreal species, of Etruscan stamp. The archaeobotanical finds of *vitis vinifera* and the wine recipients discovered by the archaeologists for this period document this expansion. In the same way, especially from the 7th century b.C. on, the representations in the tomb sites, the amphorae, the wine vessels and the spread of the characteristic containers for the consumption of wine such as the «buccheri» document a significant expansion of the consumption, and hence of the demand for and production of wine.

The Roman period did nothing but take over such approaches. And in fact recent studies on Roman economy and society attribute considerable significance precisely to viticulture⁵. It is not only the space devoted to the vines and wine in the Roman villas, or the extensive attention dedicated to viticulture in the classic treatises on agriculture, or again the vast documentation of the cult of Bacchus, that demonstrate the importance of vines and wine. The very circulation of the products, illustrated by the finds of amphorae originating from Etruria spread over various provinces of the Empire, like the monetisation of commerce, effectively refute the image of primitive economy attributed to the Roman age. Moreover, the diversification of the products, comprising low quality wines and other more prestigious products indicates a definitive integration of wine consumption in all the brackets of the population. Thus while the slaves were treated to the *vina operaria* obtained by passing water over the pomace

zione. Così, se agli schiavi erano destinati quei *vina operaria* ottenuti facendo passare l'acqua sulle vinacce dopo la pigiatura – o altri vini come *faecatium* (vino di feccia), *posca* o *lora* (vinello inacetito) – ben diversi erano i vini consumati in altri ambienti. Conosciamo i vini mischiati al miele (*mulsum*), oppure i vini cotti *defrutum* o *sapa*; o ancora vini provenienti da zone di particolare pregio come il *Falerno*⁶. La vitivinicoltura appare dunque ben consolidata nell'agricoltura romana, oggetto di particolare attenzione dimostrata anche dall'adozione di miglioramenti nei sistemi di coltivazione, trasformazione e conservazione del prodotto, consegnando così alla storia una importante tradizione al tempo stesso culturale e colturale, come nel caso della nostra regione⁷.

Ma tale tradizione ebbe un netto segno di rottura conseguente alle invasioni barbariche. Ancora recenti studi stanno a dimostrare che gli effetti di tali invasioni furono disastrosi, lasciando città in

rovina e distruggendo di fatto una intera civiltà⁸. Lo stesso popolamento assunse diverse forme, più rarefatte, anche in conseguenza di un generale calo demografico. Monasteri, sedi vescovili o parrocchiali divennero in molti luoghi gli unici baluardi di spazi agricoli conservati, così come gli insediamenti di signorie e comunità rurali nell'alto Medioevo. Usi liturgici e preferenze attribuite al gusto e al consumo del vino segnarono da un lato l'espansione della vite fino ai limiti di adattabilità ambientale di tale coltivazione, dall'altro un preciso indicatore culturale. Con l'espansione dell'Islam, infatti, il Mediterraneo da *mare nostrum* divenne mare di confine tra l'Europa cristiana e il mondo arabo-musulmano che proibiva l'uso del vino.

Ma la vitivinicoltura che riemerse in questi secoli dopo la caduta dell'impero romano ebbe caratteristiche completamente nuove. A una *viticoltura ecclesiastica e signorile* si venne infatti ad affiancare una nuova viticoltura nel-

after crushing – or other wines such as the *faecatium* (lees wine), *posca* or *lora* (pricked wine) – the wines consumed in other circles were quite another matter. We know of wines mingled with honey (*mulsum*), or the cooked wines *defrutum* or *sapa*; or again wines originating from areas of particular prestige, such as the *Falerno*⁶. Therefore winegrowing appears to have been well consolidated in Roman agriculture, and the subject of particular attention as also demonstrated by the adoption of improvements in the systems for growing, transforming and conserving the product, thus consigning to history an important tradition at once cultural and agricultural, as in the case of our region⁷.

However, this tradition also suffered a distinct rupture as a consequence of the barbaric invasions. In this regard too, recent studies demonstrate that the effects of these invasions were disastrous, leaving whole cities in ruins and in reality wiping out an entire civilisation⁸. The very patterns of habitation

assumed different, more rarefied forms, partly as a result of the general drop in the population. Monasteries, Episcopal sees and parishes in many cases became the only bulwarks of the agricultural areas to be conserved, like the feudal settlements and rural communities in the early Middle Ages. Liturgical practices and preferences attributed to the taste and consumption of wine, on the one hand marked the expansion of the vines up to the very limits of the environmental adaptability of the crop, and on the other were a precise cultural indicator. In fact, with the spread of Islam, the Mediterranean changed from being *mare nostrum* to being a sea that divided Christian Europe from the Arab-Muslim world in which the use of wine was prohibited.

Nevertheless, the winegrowing that resurfaced in the centuries following the fall of the Roman Empire had completely new features. Ecclesiastic and aristocratic viticulture came to be accompanied by a new viticulture in

le rinascenti città: una *viticoltura borghese*⁹. Nell'Italia centro settentrionale, l'affermazione delle città rappresenta un evento di particolare importanza, con caratteristiche peculiari anche nel più vasto contesto europeo¹⁰. La sede vescovile, l'autonomia di governo e la difesa rappresentata dalle stesse mura cittadine, costituivano gli elementi essenziali per la stessa attribuzione del titolo di città. La vita all'interno di questi centri urbani, generalmente di antica fondazione, ebbe caratteristiche comuni ben marcate: gli alti livelli demografici, almeno fino alla peste della metà del Trecento; l'ampia stratificazione sociale; una diffusa partecipazione al governo cittadino, anche mediante le diverse forme di associazione di mestiere; le attività economiche e produttive; la cura del decoro urbano, dagli edifici pubblici (la cattedrale e i palazzi del potere civile) a quelli privati; per giungere quindi fino all'arte e alla letteratura¹¹. Ma le città stabilirono anche un nuovo rapporto con le aree rurali cir-

costanti. Un nuovo equilibrio tra città e campagna si venne così a consolidare in quella che è stata definita una «terra di città»¹². Le città proiettarono le proprie idealità e la propria amministrazione sui contadi circostanti, poiché un sempre maggior numero di cittadini dimostrava un crescente interesse per la proprietà fondiaria¹³. La sicurezza dell'approvvigionamento alimentare, l'investimento in beni immobiliari di maggiore stabilità al confronto con altre attività mercantili e finanziarie, la disponibilità di prodotti da introdurre sul mercato lungo le ramificate vie commerciali che si estendevano fino a zone remote, l'acquisizione di stili di vita (l'andare in villa) prerogativa dei ceti aristocratici, rappresentavano le cause principali di questa spinta all'acquisto di terre. È in questo contesto che si diffuse il contratto di mezzadria, a partire soprattutto dalle colline intorno a Firenze e ai maggiori centri toscani, che man mano andavano costellandosi dei caratteristici poderi con casa da lavoratore¹⁴.

the reborn cities: a bourgeois viticulture⁹. In central and northern Italy, the consolidation of the cities was an event of particular importance, with features that were specific even within the larger European context¹⁰. Having an Episcopal see, autonomy of government and the defence represented by the city walls themselves were the essential attributes for the attribution of the rank of city. Life within these urban centres, generally of antique foundation, had clearly marked common features: high population density – at least up until the plague of the mid fourteenth century; broad social stratification, widespread participation in the city government – even through the various craft associations and guilds; commercial and productive activities, attention to the urban decor, including both public buildings (the cathedral and the palaces of civil power) and private, and right through to art and literature¹¹. And the cities also established a new type of relationship with the surrounding rural areas, so that a

new equilibrium between city and country was consolidated within what has been defined as a «land of cities»¹². The cities projected their ideals and their administration onto the surrounding rural areas, since an increasingly large number of citizens began to show a growing interest in landowning¹³. The main reasons explaining this trend towards the purchase of land can be summarised as: guaranteed food procurement; a landed investment that was more stable than other mercantile or financial enterprises; the availability of produce to set upon the market through the ramified network of trade routes that extended as far as distant parts, and the aspiration to a lifestyle (country living) that was the prerogative of the aristocracy. It was in this context that the contract of *mezzadria* (sharecropping or *metayage*) came into being, starting from the hills around Florence and the other main Tuscan cities, which gradually became dotted with the characteristic smallholdings with the cottage of the farm

Ordinamenti colturali e strutture che del resto non si differenziavano dalle unità poderali di piccoli proprietari conduttori. Il principale obiettivo dell'autoconsumo si coniugava così con l'inserimento sul mercato di prodotti di parte dominicale, soprattutto quando la proprietà era costituita da numerosi poderi che ruotavano intorno alla villa signorile del proprietario, sede di fattoria. È così che si vennero a consolidare quelle caratteristiche strutture delle campagne toscane e quei sistemi di fattoria che hanno marcato l'area collinare centrale della nostra regione fino a epoche recenti, definendone i tratti stessi del paesaggio agrario.

Per quanto riguarda la circolazione del vino, le campagne furono attraversate da una nutrita schiera di commercianti che si occupavano di soddisfare l'alta richiesta da parte del mercato cittadino, che tuttavia assorbiva anche una parte di vini cosiddetti stranieri. Attraverso i palazzi di residenza delle principali famiglie di proprietari terrieri e produttori

di vino, oppure al mercato dai vinattieri, o presso le numerose taverne, il consumo di vino a Firenze agli inizi del Trecento era considerevole¹⁵. Gli studi del settore hanno stabilito una quantità di circa 250-300 litri procapite annuo di vino che varcava annualmente le porte di Firenze¹⁶. E proprio nel corso del Trecento è documentato un sensibile allargamento delle superfici interessate dalla viticoltura, soprattutto nelle campagne vicino a Firenze¹⁷. Solo per dare una stima generale del valore economico del mercato del vino, si consideri che il vino commercializzato in Toscana corrispondeva a circa 3 milioni di fiorini (2,5 dei quali provenienti dalla stessa regione) a fronte di un valore di 1,2 milioni di fiorini per la lana qui prodotta¹⁸. La diversa tassazione stabilita dagli ufficiali del catasto fiorentino del 1427 è chiara testimonianza, inoltre, del diverso grado di apprezzamento per i prodotti provenienti da diverse zone¹⁹. Tra queste spiccava il Valdarno superiore con i suoi Trebbiani e vini rossi (Cen-

worker¹⁴; these featured arrangements of crops and structures that did not, moreover, differ from those of the small owner-farmers. Thus the principal self-sufficiency objective was combined with the introduction onto the market of produce belonging to the master-landowner, especially when the property consisted of a galaxy of small farms gravitating around the owner's villa, where the main farmhouse was. This led to the consolidation of the characteristic structures of the Tuscan countryside, and the farming systems that have left their mark on the central hilly area of our region right up to recent times, actually becoming the salient features of the agrarian landscape.

As regards the circulation of the wine, the countryside was traversed by serried ranks of merchants who dealt with satisfying the high demand from the city market, which nevertheless also absorbed part of what were called «foreign» wines. Through the palazzos where the leading families of landowners and

wine-producers resided, or through the wine-merchants at the market or in the numerous taverns, the consumption of wine in Florence at the beginning of the fourteenth century was considerable¹⁵. Sector studies have established that a quantity of 250-300 litres per capita passed through the gates of Florence every year¹⁶. And again in the fourteenth century the significant expansion of the surface area given over to viticulture is recorded, especially in the countryside close to Florence¹⁷. To provide just a general estimate of the economic value of the wine market, we can consider the fact that the wine marketed in Tuscany accounted for around 3 million florins (2.5 of this from the region itself) as against a value of 1.2 million florins for the wool produced there¹⁸. The different taxation established by the officials of the Florentine land registry in 1427 is further clear evidence of the different degree of appreciation for products from different areas¹⁹. Striking among these is the Upper Valdarno with its Trebbianos and red wines (Cennina,



Fig. 6.4 Esposizione del Consorzio Chianti Classico. 1926 – Fototeca Georgofili.

Fig. 6.4 Exhibition of the Consortium «Chianti Classico». 1926 – Fototeca Georgofili.

nina, Bucine, San Giovanni Valdarno, Montevarchi), seguito poi dal Chianti.

Bucine, San Giovanni Valdarno and Montevarchi), then followed by Chianti.

Although the techniques used were not particularly different from those acquired in the almost two millennia that winegrowing already had behind it, nevertheless several elements of novelty were consolidated between the 14th and the 15th centuries. The spread of associated cultivation, with the rows of vines trained to grow upon other species of trees (field maple, fruit trees, mulberries, olives) interspersed by fields given over to herbaceous crops, conveys an image of the countryside as it appeared at the time as a result of the new agricultural patterns. At the same time, the expansion of the surface areas given over to vines was also due to the major demand originating from the nearby network of cities. The consumption of wine too became increasingly widespread, until it became bound up with

Sebbene le tecniche adottate non presentassero particolari differenze rispetto a quelle acquisite nei quasi due millenni che già la vitivinicoltura aveva alle spalle, tuttavia più di un elemento di novità si andò consolidando tra XIV e XV secolo. La diffusione della coltivazione consociata, con i filari di vite maritata ad altre specie arboree (acero campestre, fruttiferi, gelsi, olivi) intercalate tra campi destinati alle coltivazioni erbacee, rappresenta una immagine del paesaggio che si estese in quel periodo, in conseguenza di quei nuovi assetti delle campagne. Al tempo stesso l'allargamento delle superfici interessate dalla viticoltura avvenne anche sotto la spinta della forte richiesta di vino proveniente dalla vicina rete di città. Anche il consumo del vino divenne sempre più diffuso, fino a combinarsi con la stessa affermazione di quelle taverne che per secoli rimasero il principale spazio di socialità: luogo di consumo di cibi veloci e a basso prezzo abbinati al bicchiere di vino, meta di convivialità per il tempo dello svago e della rivolta, ambiente di incontro per artisti e letterati²⁰.

the establishment of the numerous taverns that for centuries continued to be principal hub of social life: a place where people could consume quick meals at low prices accompanied by a glass of wine, a convivial venue for leisure time and at times of revolt, and a meeting-place for artists and intellectuals²⁰.

Within this framework, of crisis and renewal, of continuity and change, there emerged a new tradition which, although inextricably bound up with the previous millennial evolution, also ushered in new elements determined by a new culture and new economic and social contexts. And although these aspects were clearly subject to continual experimentations and interpretations, they cannot fail to bring to the fore the need to temper an excessively static image of agriculture and of the countryside prior to the contemporary age (Fig. 6.4).

In questo quadro, tra crisi e rinnovamento, tra continuità e cambiamento, veniva così a consolidarsi una nuova tradizione che, sebbene inscindibilmente legata a una precedente evoluzione millenaria, vi apportava nuovi elementi determinati da una nuova cultura e da nuovi contesti economici e sociali. Aspetti che, sebbene oggetto di sempre nuovi approfondimenti e interpretazioni, non possono comunque non far considerare la necessità di stemperare quell'immagine eccessivamente staticizzata dell'agricoltura e delle campagne fino all'età contemporanea (Fig. 6.4).

Dalle zone ai vini: l'età contemporanea

Nel corso del XIX secolo la storia della vitivinicoltura è stata protagonista di una nuova svolta. L'eredità ricevuta aveva consegnato alle soglie dell'età contemporanea la notorietà di alcuni vini, celebrati anche in letteratura dai versi del Redi nel suo *Bacco in Toscana*, e anche l'importanza di alcune zone di produzione di particolare pregio che ebbero il loro rico-

noscimento da parte del Granduca Cosimo III. Il provvedimento granducale del 1716 stabiliva infatti il divieto di commerciare vini sotto il nome di «Chianti, Pomino, Carmignano, e Vald'Arno di Sopra» qualora fossero stati prodotti al di fuori dei confini stabiliti²¹.

Tuttavia tra la fine del Settecento e la prima metà dell'Ottocento furono proprio le zone interessate dalla mezzadria classica toscana a trovarsi in condizioni di crisi per più motivi²². Il rapporto tra capitale e lavoro che ne costituiva il fulcro era messo alla prova a fronte dei nuovi progressi scientifici e tecnologici che iniziavano a compiere passi importanti, e che avrebbero portato anche a una nuova competizione sui mercati internazionali²³. Nel settore enologico, in particolare, i vini toscani soffrivano di carenze riconducibili a tecniche adottate più per motivi di necessità elevata a virtù, che non di avveduti sistemi di produzione capaci di fronteggiare vini stranieri, in particolare quelli francesi. L'equilibrio del podere e la tendenza a non discostarsi dalle tecniche tradizionalmente adottate, pregiudicavano così le nostre produzioni. Le numerose

From areas to wines: the contemporary age

In the course of the 19th century, there was another about-turn in the history of winegrowing. The legacy handed down had delivered over the threshold of the contemporary age a number of famous wines, celebrated even in literature in the verses of Redi in his *Bacco in Toscana*, as well as the importance of certain production areas of particular value which were even recognised by the Grand Duke Cosimo III. The Grand Ducal ruling of 1716 in effect established a prohibition on selling wines by the names of «Chianti, Pomino, Carmignano, and Val d'Arno di Sopra» if they had been produced outside the established boundaries²¹.

Nevertheless, between the end of the eighteenth century and the first half of the nineteenth it was precisely the areas involved

in the classic Tuscan *mezzadria* system that found themselves in a critical condition for a number of reasons²². The relation between capital and labour that was the fulcrum of this system was put to the test by the scientific and technical progress that was beginning to forge ahead, and which was also to lead to new competition on the international markets²³. In the oenological sector in particular, the Tuscan wines suffered from deficiencies that could be traced to techniques adopted for reasons of necessity raised to a virtue rather than shrewd systems of production capable of standing up to the foreign wines, and in particular the French. The equilibrium of the smallholding and the reluctance to diverge from the traditionally adopted techniques compromised local production. The numerous lectures and memoirs presented at the Accademia dei Georgofili in the first half of

letture e memorie presentate all'Accademia dei Georgofili nella prima metà del secolo XIX, riferiscono sovente, salvo eccezioni, di una compresenza sugli stessi filari di diversi vitigni, che avrebbero comportato diverse epoche di vendemmia naturalmente impraticabili. Le stesse tecniche di trasformazione e conservazione risultavano lontane dall'adozione di nuove acquisizioni tecnologiche rese possibili dal progresso della scienza, soprattutto nel campo della chimica²⁴. Tuttavia le responsabilità che si volevano far ricadere sui mezzadri, dovevano almeno essere ripartite con i proprietari restii a investire i necessari capitali per un generale miglioramento delle produzioni.

Fu tuttavia un evento di carattere straordinario a muovere il settore vitivinicolo, a cui fece seguito l'intraprendenza di alcuni proprietari produttori. La diffusione nella seconda metà dell'Ottocento di tre avversità costrinse necessariamente a intraprendere nuove strade. L'oidio e la peronospora minacciarono

gravemente la viticoltura in tutta Europa, e furono risolte mediante l'adozione di sistemi di difesa come l'inzolfatura e il solfato di rame. Ma fu soprattutto l'invasione della fillossera a determinare le maggiori conseguenze²⁵. L'unica soluzione individuata fu quella dell'innesto di varietà europee su portainnesto di vite americana. Tale sistema portò inevitabilmente a un rinnovamento del patrimonio viticolo consentendo di diffondere i vitigni più pregiati, anche se il processo fu molto lento e si protrasse fino alla metà del secolo XX²⁶. Inoltre, l'alterazione dei mercati dovuta al dilagare della fillossera in tutta Europa determinò condizioni congiunturali favorevoli ai vini italiani, e toscani in particolare, consentendo di occupare spazi di mercato lasciati liberi dai vini provenienti dalla Francia, la cui viticoltura fu precocemente colpita. Almeno fino alle guerre doganali che si verificarono alla fine dell'Ottocento.

In questo contesto ebbero tuttavia particolare rilievo le iniziative intraprese

the nineteenth century, frequently refer – with certain exceptions – to the presence of different grape varieties in the same rows of vines, calling for different harvesting times which were clearly unfeasible. Even the techniques of transformation and conservation proved to be remote from the adoption of the new technological acquisitions made possible by the progress of science, especially in the field of chemistry²⁴. Nevertheless the responsibility that tended to be laid on the shoulders of the *mezzadri* peasants has to be at least shared by the owners of the land, who were reluctant to invest the capital required to bring about a general improvement in production.

In any case it was an event of an extraordinary character that finally shook up the winegrowing sector, followed by the initiative of a number of landowner winegrowers. The spread of three epidemics in the second half of the nineteenth century made a change of approach inevitable. All over Europe viticulture was severely threatened by the epidemics of

powdery mildew and downy mildew, which were resolved by adopting systems of defence such as sulphuration and the use of copper sulphate. But it was the invasion of phylloxera that really brought the vineyards to their knees and had the most serious consequences²⁵. The only solution that emerged was to graft the European varieties onto a rootstock of a resistant American species. This inevitably led to a renewal of the vineyards, enabling the spread of the more prized grape varieties, although this was an extremely gradual process which continued right up to the middle of the twentieth century²⁶. Moreover, the change in the markets wrought by the phylloxera epidemic all over Europe played into the hands of the Italian wines, and those of Tuscany in particular, which were able to exploit the economic situation to occupy places in the market left vacant by the wines from France, where viticulture had been precociously struck – at least up to the customs wars that took place at the end of the nineteenth century.

da importanti produttori. Sono i decenni seguenti alla metà del XIX secolo ad aver visto nascere in Toscana alcuni dei vini che ancora oggi detengono indiscussi primati anche a livello internazionale. Proprio all'interno di rinomate zone di produzione si codificò la nascita di alcuni importanti vini. Nel Chianti è ben conosciuta la vicenda che portò alla nascita a Brolio dell'uvaggio, poi divenuto classico, del vino Chianti a opera di Bettino Ricasoli²⁷. L'intervento diretto del barone negli ordinamenti colturali dei poderi della fattoria, determinò un deciso investimento sul Sangiovese, unito a Canaiolo e Malvasia per ottenere un vino capace di mantenere una costanza produttiva di anno in anno. Anni dopo a Montalcino fu ancora un produttore, Biondi Santi, a investire sul Sangiovese (localmente chiamato *Brunello*), vinificato questa volta in purezza. Ma le sperimentazioni nella Toscana tardo ottocentesca non si limitarono a questi casi. A Vittorio degli Albizi presso la sua fattoria di Pomino

si devono infatti una serie di prove di vitigni francesi tra cui il «Cabernet», il «Pinot», il «Sauvignon», il «Syrah»²⁸. E tutto il settore fu investito da questa generale spinta al miglioramento, interessando anche il settore della commercializzazione e distribuzione, così come la forma dell'associazionismo attraverso la costituzione di cantine sociali. Particolarmente importante fu la modifica del caratteristico fiasco dal collo allungato (quello fiorentino conteneva circa 2,2 litri) che non consentiva l'uso del tappo a pressione. Fu il Melini a introdurre il nuovo tipo di fiasco modificato che ne assicurò la sopravvivenza, a fianco alle nuove bottiglie francesi che si diffusero per i vini di maggior pregio già nella prima metà de Novecento (Fig. 6.5)²⁹.

La Toscana appariva così, tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX, caratterizzata da note zone di produzione, in cui, ai vini tradizionalmente diffusi, si erano affiancati prodotti perfezionati. Così a Montalcino al *Moscadello* si era

In this context, the initiatives undertaken by several important producers were of great significance. It was in the decades following the mid nineteenth century that a number of wines came to birth in Tuscany that even now maintain roles of undisputed primacy at international level. It was within several famous production areas that various important wines came into being. In Chianti the story that led to the creation by Bettino Ricasoli on the Brolio estate of the grape blend of Chianti wine that went on to become classic is a well-known tale²⁷. The direct intervention of Ricasoli in the organisation of the vineyards of the estate led to a decisive investment in Sangiovese, combined with Canaiolo and Malvasia, to obtain a wine capable of maintaining a constant production quality from one year to the next. Years later, in Montalcino, it was another winegrower, Biondi Santi, to invest in the Sangiovese (locally known as *Brunello*), this time as a varietal. However, experimentation in late nineteenth-century Tuscany was not

restricted to these cases. Vittorio degli Albizi, on his Pomino estate carried out a series of trials of French grapes including «Cabernet», «Pinot», «Sauvignon» and «Syrah»²⁸. The entire sector was affected by this general thrust towards improvement, which went on to influence the areas of marketing and distribution, and forms of association such as the establishment of the co-operative wineries. A particularly important aspect was the modification of the characteristic long-necked flask (the Florentine type contained approximately 2.2 litres) on which the pressure cork could not be used. It was Melini who introduced the new type of flask, thereby assuring its survival alongside the new French bottles which began to spread as containers for the more prestigious wines already in the first half of the twentieth century (Fig. 6.5)²⁹.

This is how Tuscany appeared at the turn between the nineteenth and twentieth centuries, characterised by famous production areas in which the traditional wines were



Fig. 6.5 Tecniche tradizionali: vendemmia a mano. Antella, 1950 – Fototeca Georgofili.

Fig. 6.5 Traditionally adopted techniques: vintage by hand. Antella, 1950 – Fototeca Georgofili.

affiancato il *Brunello*³⁰; oppure a Montepulciano al *Pulcianello* si era affiancato il *Nobile*. Mentre nella zona di Scansano aveva una certa importanza il *Morellino*³¹. Ma certamente la Toscana fu in-

teressata dalla principale affermazione del Chianti³², che in un certo senso divenne addirittura modello di riferimento per l'enologia nazionale. Così si diceva in un documento del 1896 dell'allora

joined by perfected products. Thus in Montalcino the *Moscadello* had been joined by the *Brunello*³⁰; and in Montepulciano alongside the *Pulcianello* there was now the *Nobile*, while in the Scansano area the *Morellino* had assumed a certain importance³¹. However Tuscany was certainly to an extent dominated by the major consolidation of Chianti³², which in a certain sense even became an oenological benchmark at national level. A document drafted in 1896 by the then Ministry of Agriculture, Industry and Trade reads «we might say that Tuscany was the first of the Italian regions to produce the genuinely typical red table wine, as it is now demanded by the taste of the consumers and the demands of the wine trade»³³.

The history of Chianti is in itself of considerable interest. Given the importance that it had assumed³⁴, the model was followed in many parts of Tuscany, even well beyond the historic boundaries of Chianti. The producers of historic Chianti thus came together in the first Consortium (Gallo Nero) which was then countered by a second Consortium (Putto) which brought together winegrowers from a larger area. In 1932 a special Ministerial Committee was summoned to settle the controversy of the Chianti boundaries. The debate was very heated since there were many opposing interests at stake. It is, however, interesting to note that the question on which the work of the Committee revolved was actually the definition of Chianti wine, in other

Ministero di Agricoltura, Industria e Commercio: «può dirsi che la Toscana sia stata la prima fra le regioni d'Italia a produrre il vero tipo di vino rosso da pasto, come appunto oggi lo richiedono il gusto dei consumatori e le esigenze del commercio vinario»³³.

E proprio la storia del Chianti riveste un certo interesse. Data l'importanza che esso aveva assunto³⁴, il modello fu seguito in molte parti della Toscana, anche ben al di là dei confini storici del Chianti. Così i produttori del Chianti storico si radunarono in un primo Consorzio (Gallo Nero) a cui si contrappose poi l'altro Consorzio (Putto) che riuniva i produttori di un'area geografica più vasta. Nel 1932 un'apposita commissione ministeriale fu chiamata a dirimere la questione dei confini del Chianti. La disputa fu molto accesa poiché molti erano gli interessi che si contrapponevano. Tuttavia è interessante notare che il quesito su cui la commissione incentrò il proprio lavoro fu proprio intorno alla definizione del vino Chianti, ovvero se fosse da considerarsi il prodotto di una determinata regione d'origine oppure un preciso 'tipo' di vino. Si optò per questa seconda impostazione, affidando alla indicazione delle sotto-zone la difesa delle denominazioni

d'origine. E alla domanda «cos'è il vino Chianti?» la commissione rispondeva:

Chianti non è il nome di un vino di una certa zona e cioè del Chianti storico, ma sibbene il nome generico di un certo tipo di vino e che, quindi, tale denominazione deve essere estesa ai vini prodotti nelle zone di San Casciano, Carmignano, Montalbano, Colli fiorentini, Pomino, Rufina ecc. perché provvisti di pregevole finezza e particolari caratteri organolettici e commerciali e per essere da tempo immemorabile contraddistinti all'interno e all'estero col nome di Chianti³⁵.

Il settore vitivinicolo aveva così consolidato il proprio ruolo all'interno delle campagne. E proprio in determinate zone esso costituiva un importante pilastro dell'economia rurale. Contrariamente a quanto si è soliti immaginare, per esempio, la stessa struttura mezzadrile ne risultava a tal punto interessata che, in alcune zone, i poderi erano destinati quasi esclusivamente alla coltivazione della vite. È il caso ancora del Chianti, documentato nelle monografie sulle famiglie agricole realizzate dall'INEA agli inizi degli anni Trenta. Per la zona di Casole in Chianti, vicino a Greve, la famiglia mezzadrile che era stata oggetto dell'indagine coltivava un podere di piccole dimensioni (2,5 etta-

words whether this was to be considered the product of a specific region of origin or a precise 'type' of wine. The second interpretation won through, entrusting to the indication of sub-zones the defence of the designation of origin. And to the question of «what is Chianti wine?» the Committee replied as follows:

Chianti is not the name of a wine from a certain area, namely from the historic Chianti area, but rather the generic name for a certain type of wine and that, therefore, this denomination must be extended to the wines produced in the areas of San Casciano, Carmignano, Montalbano, Colli fiorentini, Pomino, Rufina etc. as long as they are provided with estimable fineness

and particular organoleptic and commercial characteristics and have been since time immemorial distinguished at home and abroad by the name of Chianti³⁵.

In this way the winegrowing sector had consolidated its role within the countryside, and in certain areas was a crucial cornerstone of the rural economy. Contrary to what is frequently believed, for example, the *mezzadria* structure itself was so affected that, in certain areas, the smallholdings were destined almost exclusively to the cultivation of vines. Once again this is the case in Chianti, as documented by the monographs on the agricultural families produced by INEA (National Institute of Agricultural Economics) in the early 1930s.



Fig. 6.6 Abbandono delle campagne. Chianti, 1957 – Fototeca Georgofili.

Fig. 6.6 Abandonment of the countryside. Chianti, 1957 – Fototeca Georgofili.

ri circa) interamente dedicato alla viticoltura, poiché il prezzo alto ottenuto dalla vendita del vino anche da parte del mezzadro, gli consentiva di rivolgersi al mercato per l'acquisto del fabbisogno annuo di grano, peraltro difficilmente coltivabile in quei terreni³⁶. Si tratta naturalmente di casi straordinari, che tuttavia inducono a riflettere ancora sulla necessità di articolare in modo più corrispondente alla realtà del passato nel suo complesso la nostra conoscenza storica e dunque la sua stessa rappresentazione.

La qualità e la specializzazione: la seconda metà del Novecento

Giungendo alla metà del Novecento (Fig. 6.6), all'indomani del secondo conflitto

mondiale, nuovi scenari si aprivano per l'agricoltura. Anche in questo caso furono eventi straordinari a mettere alla prova i sistemi produttivi tradizionali. L'aumento del costo della manodopera e il massiccio esodo dalle campagne, portarono a una profonda crisi dell'agricoltura toscana³⁷. Nel convegno di studio sul Chianti organizzato dai Georgofili nel 1957, l'allora presidente Renzo Giuliani, metteva in evidenza a chiare lettere la profonda crisi del pilastro viticolo dell'economia chiantigiana³⁸, ormai incapace di reggere la competizione sui mercati per gli alti costi di produzione. Gli anni immediatamente successivi non fecero che confermare la gravità della situazione. I dati relativi alla densità della popolazione presentano una situazione sufficientemente chiara. Tra il 1951 e il 1971 la densità di abitanti per kmq nella zona del Chianti classico scese da 26,9 a 6,2³⁹. Si trattava dunque di una vera e propria crisi strutturale, che difficilmente avrebbe potuto far prevedere l'evoluzione che abbiamo conosciuto per i decenni a noi più recenti (Fig. 6.7).

Anche in questo caso una nuova serie di innovazioni ha conferito un nuovo volto alle campagne, che tuttavia ha consentito di mantenere in essere un settore agricolo di primaria importanza. Gli orientamenti assunti all'indomani della abolizione della mezzadria (1967),

For the area of Casole in Chianti, close to Greve, the *mezzadrile* family involved in the survey cultivated a small farm (of around 2.5 hectares) devoted entirely to viticulture, since the high price obtained from the sale of the vine even by the *mezzadro* himself allowed them to purchase on the market the annual requirement of grain, which was moreover difficult to grow in this soil³⁶. Naturally these are exceptional cases, but they nevertheless lead us to reflect once more on the need to articulate – in a way that corresponds more closely to the reality of the past as a whole

– our historic knowledge and, as a result, the representation of the same.

Quality and specialisation: the second half of the twentieth century

When we come to the middle of the twentieth century (Fig. 6.6), in the wake of the Second World War, new scenarios opened up for agriculture. In this case too it was extraordinary events that put the traditional production systems to the test. The increase in the cost of labour and the massive exodus from



del boom economico e dell'abbandono delle campagne, sono stati segnati da

una progressiva svolta dalla quantità alla qualità e alla specializzazione del-

the countryside led to a profound crisis in Tuscan agriculture³⁷. In the study convention on Tuscany organised by the Georgofili in 1957 the then president, Renzo Giuliani, very clearly underscored the profound crisis threatening the viticulture cornerstone of the Chianti economy³⁸, by now unable to stand up to the competition on the markets in view of the high production costs. The years immediately following only confirmed the gravity of the situation. The figures regarding the population density reveal a situation that is startlingly clear: Between 1951 and 1971 the population

density per square kilometre in the area of Chianti Classico dropped from 26.9 to 6.2³⁹. It was therefore an authentic structural crisis, and it would have been extremely difficult at the time to predict the evolution that we have witnessed in recent decades (Fig. 6.7).

In this case too, a series of innovations gave a new look to the countryside, while at the same time permitting the maintenance of an agricultural sector of primary importance. The attitudes that emerged in the wake of the abolition of the *mezzadria* system (1967), the economic boom and

Fig. 6.7 Cambiamenti del paesaggio: 1950 (a), 1980 (b), 2007 (c). Vistarenni, Gaiole in Chianti – Fototeca Georgofili.

Fig. 6.7 Landscape changes: 1950 (a), 1980 (b), 2007 (c). Vistarenni, Gaiole in Chianti – Fototeca Georgofili.



Fig. 6.8 Paesaggi attuali.
Chianti – Fototeca
Georgofili.

Fig. 6.8 Present
Landscapes Chianti –
Fototeca Georgofili.

le produzioni. La scelta dei vitigni e la selezione varietale (compresi i portinesti), la specializzazione colturale che ha sostituito la tradizionale coltivazione consociata, le nuove tecniche di sistemazione dei terreni e le nuove tecniche colturali (allevamento, potatura) anche con l'introduzione della meccanizzazione, hanno radicalmente cambiato il volto della viticoltura toscana⁴⁰. Anche le tecniche enologiche sono state oggetto di profondi cambiamenti che hanno portato ad adottare anche in cantina le sempre nuove acquisizioni tecnico scientifiche.

the abandonment of the countryside were marked by a progressive shift from quantity to quality and to the specialisation of production. The choice of the grapes and varietal selection (including the rootstocks) and the crop specialisation that replaced the traditional combined cropping, along with the new techniques of soil management and new growing methods (training, pruning), as well as the introduction of mechanisation, radically transformed the face of Tuscan viticulture⁴⁰. The winemaking techniques too were subject to profound changes which led to exploitation of the constantly advancing technical and scientific knowledge in the cellar too. In this regard, it is important not to overlook the important synergy that was created between the production sec-

In questo senso non si deve trascurare un'importante sinergia che si è realizzata tra i settori della produzione e della ricerca scientifica (Università e Centri di ricerca). Profondi sono stati dunque i cambiamenti avvenuti, basti solo pensare ai dati relativi alle superfici interessate dalla coltivazione della vite in Toscana, da interpretare alla luce del passaggio dalla coltivazione consociata a quella specializzata: 475.000 ettari in coltivazione promiscua nel 1950; 206.000 tra principale e secondaria nel 1982; 62.550 ettari in coltivazione specializzata nel 2007.

Certamente si è trattato di grandi cambiamenti qui solo accennati che, sul piano quantitativo e qualitativo, non hanno forse paragone con i millenni precedenti. Mutamenti di portata rivoluzionaria, in un certo senso, nei quali si devono distinguere luci e ombre. Come per esempio i rischi determinati da una sorta di monocoltura viticola che caratterizza le nostre campagne, con tutti i rischi che questo comporta. Tuttavia non si deve dimenticare che lo sviluppo della vitivinicoltura nel suo complesso ha consentito di mantenere in vita il settore agricolo, con i vantaggi

tors and scientific research (Universities and Research Centres). Thus the changes that took place were far-reaching; suffice it to consider the surface areas devoted to vine growing in Tuscany, to be interpreted in the light of the shift from mixed to specialised cropping: 475,000 hectares under mixed crops in 1950; 206,000 between main and secondary crops in 1982; 62,550 hectares of specialised crops in 2007.

These were indubitably major changes, only touched upon here, which in terms of quantity and quality are probably without precedent in the earlier millennia. Changes of revolutionary scope, in a certain sense, in which we have to pick out the light and the shade. Such as, for example, the threat inherent in a cultivation practically restrict-

che esso in quanto tale può offrire sul piano economico, ambientale e sociale. Uno sviluppo che si definisce anche con maggior puntualità nel raffronto con l'altro settore classico delle coltivazioni arboree toscane: l'olivicoltura, che ha invece seguito un percorso molto diverso.

Note conclusive

Vorrei infine ritornare ad alcune considerazioni circa il binomio «tradizione e innovazione» e a quel «senso storico» necessario per «comprendere e interpretare» la realtà non solo del passato ma anche del presente (Figg. 6.8-10). Proprio gli studi storici evidenziano la inevitabile forzatura quando si voglia identificare in tipi o forme fissate il concetto di tradizione. Pluralità di realtà, crisi e trasformazioni si alternano e si scontrano nella storia, come negli esempi riportati. L'opportuna e imprescindibile valenza culturale della conservazione non può esaurire il concetto di tradizione, necessariamente estendibile a un portato dinamico di conoscenze motivate e responsabili. Dunque non tutela di organismi 'statici' ma realtà 'dinamiche'



Fig. 6.9



Fig. 6.10

ed to viticulture such as characterises the Tuscan countryside, with all the risks that this brings with it. Nevertheless, we cannot forget that the development of viticulture as a whole has made it possible to keep the agricultural sector alive, with the advantages that this can offer as such in economic, environmental and social terms. A development that can also be more precisely defined in the comparison with the other classic sector of Tuscan arboreal cultivation: olive growing, which has pursued a very different path.

Concluding remarks

Finally, I should like to return to several considerations regarding the dual concept of

«tradition and innovation» and that «sense of history» that is crucial in order to be able to «understand and interpret» not only the past, but also the present (Figs. 6.8-10). It is precisely the historical studies that underscore the inevitable straining that takes place when we try to identify the concept of tradition in fixed types or forms. Pluralities of reality, crisis and transformation cross and clash over the course of history, as in the examples illustrated. The inexorable and expedient cultural value of conservation cannot fully encapsulate the concept of tradition, which must of necessity be extended to the dynamic scope of motivated and responsible knowledge. Protection therefore not of 'static' organisms, but of 'dynamic' realities, immersed within a historic context,

Fig. 6.9 Paesaggi attuali. Montalcino – Fototeca Georgofili.

Fig. 6.10 Vendemmia meccanizzata. Fototeca Georgofili.

Fig. 6.9 Present Landscapes. Montalcino – Fototeca Georgofili.

Fig. 6.10 Mechanised vintage. Fototeca Georgofili.

immerse nel contesto storico, in continua evoluzione come ogni organismo vivente.

Inoltre, conoscere e saper interpretare costruttivamente quella cultura del lavoro e quella eredità rappresentano tratti essenziali della nostra identità e possono offrire elementi di valore per la sopravvivenza dell'agricoltura (con tutti i benefici che essa in quanto tale può portare) e per la competizione sui mercati dei nostri prodotti. E possono offrire anche elementi per contrastare quella disinformazione che inquina una razionale trattazione di temi quali non solo il rapporto tra tradizione e innovazione, ma anche quello tra agricoltura e paesaggio, oppure vino e salute, ecc.

Una più corretta riflessione sull'evoluzione storica fino allo sviluppo recente può offrire, inoltre, elementi positivi per le specifiche competenze e settori di intervento delle Istituzioni di ricerca, delle Amministrazioni pubbliche e dello spirito imprenditoriale delle aziende che operano nel settore, nel rispetto dei ruoli.

and in continual evolution like every living organism.

Moreover, knowing and being able to constructively interpret that culture of labour and that legacy constitute essential features of our identity and can offer valuable insights for the survival of agriculture (with all the benefits that it, as such, can bring) and of the competitiveness of our products on the market. And such knowledge can also offer useful input to counter the misinformation that undermines a rational addressing of issues such as, not only the relations between tradition and innovation but also, for example, those between agriculture and landscape, or wine and health etc.

A more correct reflection on historic evolution through to recent development can, moreover, also offer positive input for the specific competences and sectors of intervention of the research Institutes, the Public Administration and the spirit of enterprise of the companies operating in the sector, in full respect of their roles.

Note

¹ Per una trattazione generale della storia del vino in Italia: F. Melis, *I vini italiani nel Medioevo*, a cura di A. Affortunati Parrini, Firenze 1984; *Il vino nell'economia e nella società italiana medievale e moderna*, Atti del Convegno (Greve in Chianti, 21-24 maggio 1987), «Rivista di storia dell'agricoltura», Quaderni, 1, 1988, pp. 13-30; A. I. Pini, *Vite e vino nel Medioevo*, Bologna 1989; T. Unwin, *Storia del vino. Geografie, culture e miti dall'antichità ai giorni nostri*, Roma 1993; G. Archetti, *Tempus vindemie. Per la storia delle vigne e del vino nell'Europa medievale*, Brescia 1998; *La vite e il vino. Storia e diritto (secoli XI-XIX)*, a cura di M. Da Passano et al., 2 voll., Roma 2000; *La civiltà del vino. Fonti, temi e produzioni vitivinicole dal Medioevo al Novecento*, a cura di G. Archetti, Atti del Convegno (Monticelli Brusati – Antica Tratta, 5-6 ottobre 2001), Brescia 2003; *Della Vite e del vino. Il succo dell'immortalità*

Endnotes

¹ For a general discussion of the history of wine in Italy: F. Melis, *I vini italiani nel Medioevo*, edited by A. Affortunati Parrini, Firenze 1984; *Il vino nell'economia e nella società italiana medievale e moderna*, Proceedings of the Conference (Greve in Chianti, 21-24 May 1987), «Rivista di storia dell'agricoltura», Quaderni, 1, Firenze 1988, pp. 13-30; A. I. Pini, *Vite e vino nel Medioevo*, Bologna 1989; T. Unwin, *Storia del vino. Geografie, culture e miti dall'antichità ai giorni nostri*, Roma 1993; G. Archetti, *Tempus vindemie. Per la storia delle vigne e del vino nell'Europa medievale*, Brescia 1998; *La vite e il vino. Storia e diritto (secoli XI-XIX)*, edited by M. Da Passano et al., 2 vols., Roma 2000; *La civiltà del vino. Fonti, temi e produzioni vitivinicole dal Medioevo al Novecento*, edited by G. Archetti, Proceedings of the Conference (Monticelli Brusati – Antica Tratta, 5-6 October 2001), Brescia 2003; *Della Vite e del vino. Il succo dell'immortalità nelle lettere e nei colori*, Milano 1999. On the initiative of the Ac-

nelle lettere e nei colori, Milano 1999. Su iniziativa della Accademia Italiana della Vite e del Vino è in corso di realizzazione una collana dal titolo *Storia regionale della vite e del vino in Italia*: sono stati pubblicati finora i volumi relativi al Veneto, Piemonte, Sardegna, Toscana, Le Puglie. Per la Toscana si veda anche: *Storia del vino in Toscana. Dagli Etruschi ai giorni nostri*, a cura di Z. Ciuffoletti e G. Pinto, Firenze 2000.

² M. Bandini, *Il carattere storico dell'economia agraria*, Roma 1967. Si veda anche: *Teoria economica e storia. La scuola agraria italiana e il pensiero di Mario Bandini*, a cura di A. C. Rossi, Bologna 2004.

³ *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, a cura di P. Nanni, Accademia Italiana della Vite e del Vino – Accademia dei Georgofili, Firenze 2007.

⁴ *Vinum. Un progetto per il riconoscimento della vite silvestre nel paesaggio archeologico della Toscana e del Lazio settentrionale*, a cura di A. Ciacci, A. Zifferero, Siena 2006; *Archeologia della Vite e del*

vino in Etruria, a cura di A. Ciacci, P. Rendini, A. Zifferero, Atti del Convegno internazionale di studi (Scansano, 9-10 settembre 2005), Siena 2007; F. Paolucci, *Il vino in Etruria*, in *Storia del vino in Toscana. Dagli Etruschi ai giorni nostri*, cit., pp. 9-26; P. Giulierini, *Etruria*, in *Storia dell'agricoltura italiana*, I, *L'età antica*, II, *Italia romana*, a cura di G. Forni e A. Marcone, Firenze 2002, pp. 385-404.

⁵ A. Marcone, *Introduzione*, in *Storia dell'agricoltura italiana*, I, *L'età antica*, II, *Italia romana*, cit., pp. 11-15.

⁶ A. Marcone, *Storia dell'agricoltura romana*, Roma 2004, pp. 93-95.

⁷ A. Marcone, *Età antica*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, Firenze 2007, pp. 13-28.

⁸ B. Ward-Perkins, *La caduta di Roma e la fine della civiltà*, Roma-Bari 2008.

⁹ A. I. Pini, *Il vino nella civiltà italiana*, in *Il vino nell'economia e nella società italiana medievale e moderna*, cit., pp. 1-12.

¹⁰ G. Cherubini, *Le città italiane dell'età di Dante*, Pisa 1991; Id., *Le città europee del Medioevo*, Milano 2009.

cademia Italiana della Vite e del Vino a series is currently being published under the general title of *Storia regionale della vite e del vino in Italia*: so far the volumes dealing with Veneto, Piedmont, Sardinia, Tuscany and Puglia have been published. For Tuscany, see also: *Storia del vino in Toscana. Dagli Etruschi ai giorni nostri*, edited by Z. Ciuffoletti and G. Pinto, Firenze 2000.

² M. Bandini, *Il carattere storico dell'economia agraria*, Roma 1967. See also: *Teoria economica e storia. La scuola agraria italiana e il pensiero di Mario Bandini*, edited by A. C. Rossi, Bologna 2004.

³ *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, edited by P. Nanni, Accademia Italiana della Vite e del Vino – Accademia dei Georgofili, Firenze 2007.

⁴ *Vinum. Un progetto per il riconoscimento della vite silvestre nel paesaggio archeologico della Toscana e del Lazio settentrionale*, edited by A. Ciacci, A. Zifferero, Siena 2006; *Archeologia della Vite e del vino in Etruria*, edited by A. Ciacci, P. Rendini, A. Zifferero, Proceedings of the International Study Conference (Scan-

sano, 9-10 September 2005), Siena 2007; F. Paolucci, *Il vino in Etruria*, in *Storia del vino in Toscana. Dagli Etruschi ai giorni nostri*, cit., pp. 9-26; P. Giulierini, *Etruria*, in *Storia dell'agricoltura italiana*, I, *L'età antica*, II, *Italia romana*, edited by G. Forni, A. Marcone, Firenze 2002, pp. 385-404.

⁵ A. Marcone, *Introduzione*, in *Storia dell'agricoltura italiana*, I, *L'età antica*, II, *Italia romana*, cit., pp. 11-15.

⁶ A. Marcone, *Storia dell'agricoltura romana*, Roma 2004, pp. 93-95.

⁷ A. Marcone, *Età antica*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, Firenze 2007, pp. 13-28.

⁸ B. Ward-Perkins, *La caduta di Roma e la fine della civiltà*, Roma-Bari 2008.

⁹ A. I. Pini, *Il vino nella civiltà italiana*, in *Il vino nell'economia e nella società italiana medievale e moderna*, cit., pp. 1-12.

¹⁰ G. Cherubini, *Le città italiane dell'età di Dante*, Pisa 1991; Id., *Le città europee del Medioevo*, Milano 2009.

¹¹ Sul vino nella storia dell'arte e della letteratura in Toscana si veda: *L'arte e il vino in terra di Toscana*, Firenze 1994; C. Acidini, *Dalla vite al vino nel Rinascimento toscano*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit., pp. 169-200; G. Tellini, *Tra viti e vini nella letteratura toscana. Da Dante a Carducci*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit. 201-252.

¹² G. Cherubini, *Scritti toscani. L'urbanesimo medievale e la mezzadria*; G. Pinto, *Campagne e paesaggi toscani del Medioevo*, Firenze 2002; C. Pazzagli, *La terra delle città. Le campagne toscane dell'Ottocento*, Firenze 1992.

¹³ E. Conti, *I catasti agrari della Repubblica fiorentina e il catasto particellare toscano (secoli XIV-XIX)*, Roma 1966.

¹⁴ I. Imberciadori, *Mezzadria classica toscana*, Firenze 1961; *Il contratto di mezzadria nella Toscana Medievale*, II, *Il contado di Firenze, secolo XIII*, a cura di O. Muzzi e M.D. Nenci, Firenze 1988.

¹⁵ Per questi argomenti si rimanda a quanto già trattato in altra sede: P. Nanni,

Vinattieri fiorentini. Dalle taverne medievali alle moderne enoteche, Firenze 2005.

¹⁶ G. Pinto, *La vite e il vino*, in Id., *Campagne e paesaggi toscani del Medioevo*, cit., pp. 75-19; D. Balestracci, *Il consumo del vino nella Toscana basso-medievale*, in *Il vino nell'economia e nella società italiana Medievale e Moderna*, cit., pp. 13-30.

¹⁷ Ch. M. de La Ronciere, *Firenze e le sue campagne nel Trecento. Mercanti, produzione, traffici*, Firenze 2005; Id., *Il paesaggio viticolo fiorentino e la sue trasformazioni nel XIV secolo*, in Id., *Tra preghiera e rivolta. Le folle toscane nel XIV secolo*, Roma 1993, pp. 17-47.

¹⁸ G. Pinto, *La vite e il vino*, cit., p. 108; G. Cherubini, *Medioevo*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit. pp. 29-52.

¹⁹ G. Pinto, *Vino e fisco nelle città italiane dell'età comunale (secc. XII-XIV): alcune considerazioni partendo dal caso toscano*, in *La vite e il vino. Storia e diritto*, cit., pp. 167-177.

²⁰ G. Cherubini, *La taverna nel basso Medioevo*, in Id., *Il lavoro, la taverna,*

¹¹ On wine in the history of art and of literature in Tuscany, see: *L'arte e il vino in terra di Toscana*, Firenze 1994; C. Acidini, *Dalla vite al vino nel Rinascimento toscano*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit., pp. 169-200; G. Tellini, *Tra viti e vini nella letteratura toscana. Da Dante a Carducci*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit. 201-252.

¹² G. Cherubini, *Scritti toscani. L'urbanesimo medievale e la mezzadria*; G. Pinto, *Campagne e paesaggi toscani del Medioevo*, Firenze 2002; C. Pazzagli, *La terra delle città. Le campagne toscane dell'Ottocento*, Firenze 1992.

¹³ E. Conti, *I catasti agrari della Repubblica fiorentina e il catasto particellare toscano (secoli XIV-XIX)*, Roma 1966.

¹⁴ I. Imberciadori, *Mezzadria classica toscana*, Firenze 1961; *Il contratto di mezzadria nella Toscana Medievale*, II, *Il contado di Firenze, secolo XIII*, edited by O. Muzzi and M.D. Nenci, Firenze 1988.

¹⁵ For these matters we refer to the arguments already expounded elsewhere: P. Nanni,

Vinattieri fiorentini. Dalle taverne medievali alle moderne enoteche, Firenze 2005.

¹⁶ G. Pinto, *La vite e il vino*, in Id., *Campagne e paesaggi toscani del Medioevo*, cit., pp. 75-19; D. Balestracci, *Il consumo del vino nella Toscana basso-medievale*, in *Il vino nell'economia e nella società italiana Medievale e Moderna*, cit., pp. 13-30.

¹⁷ Ch. M. de La Ronciere, *Firenze e le sue campagne nel Trecento. Mercanti, produzione, traffici*, Firenze 2005; Id., *Il paesaggio viticolo fiorentino e la sue trasformazioni nel XIV secolo*, in Id., *Tra preghiera e rivolta. Le folle toscane nel XIV secolo*, Roma 1993, pp. 17-47.

¹⁸ G. Pinto, *La vite e il vino*, cit., p. 108; G. Cherubini, *Medioevo*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit. pp. 29-52.

¹⁹ G. Pinto, *Vino e fisco nelle città italiane dell'età comunale (secc. XII-XIV): alcune considerazioni partendo dal caso toscano*, in *La vite e il vino. Storia e diritto*, cit., pp. 167-177.

²⁰ G. Cherubini, *La taverna nel basso Medioevo*, in Id., *Il lavoro, la taverna, la strada. Scorci di*

la strada. *Scorci di Medioevo*, Napoli 1997, pp. 191-224; P. Nanni, *Vinattieri fiorentini*, cit.; M. Tuliani, *Osti, avventori e malandrini*, Pisa 2006.

²¹ *Bando sopra la dichiarazione de' confini delle quattro regioni Chianti, Pomino, Carmignano, e Vald'Arno di Sopra (24 set. 1716)*, in *Legislazione medicea sull'ambiente*, II, *I Bandi (1621-1737)*, a cura di G. Cascio Pratilli e L. Zangheri, Firenze 1994, pp. 779-780. Si veda anche A. M. Pult Quaglia, *La legislazione sul vino nella Toscana moderna*, in *La vite e il vino. Storia e diritto*, cit., pp. 209-227; Id., *Età medicea*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit., pp. 53-69.

²² I. Imberciadori, *Campagna toscana nel Settecento. Dalla Reggenza alla Restaurazione (1737-1815)*, Firenze, 1953; Id., *Economia toscana nel primo '800. Dalla Restaurazione al Regno (1815-1861)*, Firenze, 1961; C. Pazzagli, *L'agricoltura toscana nella prima metà dell'Ottocento. Tecniche di produzione e rapporti mezzadri*, Firenze 1973; Id., *I vini toscani nella prima metà dell'Ottocento*, in *Il vino*

nell'economia e nella società italiana medievale e moderna, cit., pp. 267-284; F. Scaramuzi, P. Nanni, *Agricoltura*, in *Storia della civiltà toscana*, V, *L'Ottocento*, Firenze 1998, pp. 173-215.

²³ A. Saltini, *Per la storia delle pratiche di cantina*, I, *Enologia antica, enologia moderna: un solo vino, o bevande incompatibili?*, «Rivista di storia dell'agricoltura», XXXVIII, 1, 1998, pp. 23-50; Id., *Per la storia delle pratiche di cantina*, II, *La tradizione enologica italiana da ritardo secolare alle ambizioni di eccellenza*, «Rivista di storia dell'agricoltura», XXXVIII, 2, 1998, pp. 27-60.

²⁴ Si veda in particolare P. A. Micheli, *Istoria delle viti, che si coltivano nella Toscana*, a cura di D. Vergari, R. Scalaci, Firenze 2008; C. Villifranchi, *Oenologia Toscana*, Firenze 1773; F. Paoletti, *L'arte di fare il vino*, Firenze 1774 (ried. anast., Firenze 2003); I. Malenotti, *Manuale del vignaiolo toscano*, Colle 1831 (ried. anast. San Gimignano 2001). Sulle condizioni del Chianti nel primo Ottocento: I. Imberciadori, *I singolari proble-*

Medioevo, Napoli 1997, pp. 191-224; P. Nanni, *Vinattieri fiorentini*, cit.; M. Tuliani, *Osti, avventori e malandrini*, Pisa 2006.

²¹ *Bando sopra la dichiarazione de' confini delle quattro regioni Chianti, Pomino, Carmignano, e Vald'Arno di Sopra (24 set. 1716)*, in *Legislazione medicea sull'ambiente*, II, *I Bandi (1621-1737)*, edited by G. Cascio Pratilli and L. Zangheri, Firenze 1994, pp. 779-780. See also A. M. Pult Quaglia, *La legislazione sul vino nella Toscana moderna*, in *La vite e il vino. Storia e diritto*, cit., pp. 209-227; Id., *Età medicea*, in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit., pp. 53-69.

²² I. Imberciadori, *Campagna toscana nel Settecento. Dalla Reggenza alla Restaurazione (1737-1815)*, Firenze, 1953; Id., *Economia toscana nel primo '800. Dalla Restaurazione al Regno (1815-1861)*, Firenze, 1961; C. Pazzagli, *L'agricoltura toscana nella prima metà dell'Ottocento. Tecniche di produzione e rapporti mezzadri*, Firenze 1973; Id., *I vini toscani nella prima metà dell'Ottocento*, in *Il vino nell'economia e*

nella società italiana medievale e moderna, cit., pp. 267-284; F. Scaramuzi, P. Nanni, *Agricoltura*, in *Storia della civiltà toscana*, V, *L'Ottocento*, Firenze 1998, pp. 173-215.

²³ A. Saltini, *Per la storia delle pratiche di cantina*, I, *Enologia antica, enologia moderna: un solo vino, o bevande incompatibili?*, «Rivista di storia dell'agricoltura», XXXVIII, 1, 1998, pp. 23-50; Id., *Per la storia delle pratiche di cantina*, II, *La tradizione enologica italiana da ritardo secolare alle ambizioni di eccellenza*, «Rivista di storia dell'agricoltura», XXXVIII, 2, 1998, pp. 27-60.

²⁴ See in particular P. A. Micheli, *Istoria delle viti, che si coltivano nella Toscana*, edited by D. Vergari, R. Scalaci, Firenze 2008; C. Villifranchi, *Oenologia Toscana*, Firenze 1773; F. Paoletti, *L'arte di fare il vino*, Firenze 1774 (anastatic reprint, Firenze 2003); I. Malenotti, *Manuale del vignaiolo toscano*, Colle 1831 (anastatic reprint, San Gimignano 2001). On the conditions of Chianti in the early nineteenth century: I. Imberciadori, *I singolari proble-*

mi della società chiantigiana nel primo Ottocento, «Rivista di storia dell'agricoltura», XV, 2, 1975, pp. 393-406.

²⁵ P.L. Pisani Barbacciani, *Vitivinicoltura tra la fine del Settecento e la crisi fillosserica. Il contributo dei Georgofili*, Firenze 1997, pp. VII-XLVII.

²⁶ M. Topi, *La ricostituzione viticola in Toscana*, «Italia agricola», 12, 1925; M. Bandini, *Aspetti economici della invasione fillosserica in Toscana*, Firenze 1932.

²⁷ Z. Ciuffoletti, *Alla ricerca del «vino perfetto». Il Chianti del Barone di Brolio. Ricasoli e il Risorgimento vitivinicolo italiano, con il carteggio fra Bettino Ricasoli e Cesare Studiati 1859-1876*, Firenze 2009. Sulla figura di Ricasoli si veda anche: G. Biagioli, *Il modello del proprietario imprenditore nella Toscana dell'Ottocento: Bettino Ricasoli. Il patrimonio, le fattorie*, Firenze 2000.

²⁸ M. Sorelli, *Pomino*, in *Grandi fattorie in Toscana*, a cura di Z. Ciuffoletti, L. Rombai, Firenze, 1980, pp. 15-32; Z. Ciuffoletti, *Vittorio degli Albizi e l'«Arte di fare bene il vino» nella Toscana dell'Otto-*

cento, «Rivista di storia dell'agricoltura», XXXIX, 1, 1999, pp. 145-159.

²⁹ Z. Ciuffoletti, *Il vino toscano e la nuova dimensione nazionale fra '800 e '900*, in *Storia del vino in Toscana*, cit., pp. 169-200.

³⁰ E. Pellucci, *Brunello di Montalcino. Un vino, una storia*, Firenze 1986.

³¹ Z. Ciuffoletti, P. Nanni (cura di), *Un vino di Maremma. Il Morellino di Scansano*, Pitigliano 2002.

³² *Il Chianti Classico*, Firenze 1974; L. Rombai, R. Stopani, *Il Chianti*, Firenze 1981.

³³ Ministero Agricoltura Industria e Commercio, *Notizie e studi intorno ai vini ed alle uve d'Italia*, Roma 1896, p. CVII.

³⁴ T. Guarducci, *Il Chianti vinicolo. Manuale per il commerciante di vini nella regione del Chianti*, San Casciano 1909 (ried. anast., Firenze 1999); E. Ottavi, A. Marescalchi, *Guida vinicola della Toscana (1902)*, a cura di A. Zanotto, Pisa 2003.

³⁵ Ministero Agricoltura e Foreste, *Per la tutela del vino Chianti*, Roma 1932,

problemi della società chiantigiana nel primo Ottocento, «Rivista di storia dell'agricoltura», XV, 2, 1975, pp. 393-406.

²⁵ P.L. Pisani Barbacciani, *Vitivinicoltura tra la fine del Settecento e la crisi fillosserica. Il contributo dei Georgofili*, Firenze 1997, pp. VII-XLVII.

²⁶ M. Topi, *La ricostituzione viticola in Toscana*, «Italia agricola», 12, 1925; M. Bandini, *Aspetti economici della invasione fillosserica in Toscana*, Firenze 1932.

²⁷ Z. Ciuffoletti, *Alla ricerca del «vino perfetto». Il Chianti del Barone di Brolio. Ricasoli e il Risorgimento vitivinicolo italiano, con il carteggio fra Bettino Ricasoli e Cesare Studiati 1859-1876*, Firenze 2009. On the figure of Ricasoli see also: G. Biagioli, *Il modello del proprietario imprenditore nella Toscana dell'Ottocento: Bettino Ricasoli. Il patrimonio, le fattorie*, Firenze 2000.

²⁸ M. Sorelli, *Pomino*, in *Grandi fattorie in Toscana*, edited by Z. Ciuffoletti, L. Rombai, Firenze, 1980, pp. 15-32; Z. Ciuffoletti, *Vittorio degli Albizi e l'«Arte di fare bene il vino» nella Toscana*

dell'Ottocento, «Rivista di storia dell'agricoltura», a. XXXIX, n. 1, 1999, pp. 145-159.

²⁹ Z. Ciuffoletti, *Il vino toscano e la nuova dimensione nazionale fra '800 e '900*, in *Storia del vino in Toscana*, cit., pp. 169-200.

³⁰ E. Pellucci, *Brunello di Montalcino. Un vino, una storia*, Firenze 1986.

³¹ Z. Ciuffoletti, P. Nanni (editors), *Un vino di Maremma. Il Morellino di Scansano*, Pitigliano 2002.

³² *Il Chianti Classico*, Firenze 1974; L. Rombai, R. Stopani, *Il Chianti*, Firenze 1981.

³³ Ministero Agricoltura Industria e Commercio, *Notizie e studi intorno ai vini ed alle uve d'Italia*, Roma 1896, p. CVII.

³⁴ T. Guarducci, *Il Chianti vinicolo. Manuale per il commerciante di vini nella regione del Chianti*, San Casciano 1909 (anastatic reprint, Firenze 1999); E. Ottavi, A. Marescalchi, *Guida vinicola della Toscana (1902)*, edited by A. Zanotto, Pisa 2003.

³⁵ Ministero Agricoltura e Foreste, *Per la tutela del vino Chianti*, Roma 1932, p. 304. And

p. 304. E gli Atti proseguono poi: «Il vino Chianti è soprattutto un vino da pasto fino, quindi un vino che non deve rivolgersi soltanto a una stretta clientela aristocratica, ma un vino che vuole avere, come ha, una larga clientela in Italia e all'estero; una clientela che domanda ed esige che al nome Chianti corrisponda bensì un vino avente sicuri pregi di finezza, costanza di caratteri generici e tipici, ma senza per ciò pretendere di scendere a sottigliezze da provetti degustatori e da intenditori raffinati» (Ivi, p. 312).

³⁶ R. Tolaini (a cura di), *Contadini toscani negli anni Trenta. Le monografie di famiglia dell'INEA (1931-1938)*, Pisa 2005.

³⁷ Su questi argomenti si rinvia a quanto già trattato in altra sede: P. Nanni, *Trasformazioni della vitivinicoltura toscana nel Novecento*, «Economia e diritto agroalimentare», X, 3, 2005, pp. 11-26.

³⁸ R. Giuliani, *Relazione generale sui problemi agrari, economici e sociali della zona del Chianti*, in *Convegno del*

Chianti, Firenze 1957, pp. 9-52. Sul tema si veda anche: *Congresso Nazionale vitivinicolo*, (Siena, 16-19 agosto 1946-Roma, 26-30 novembre 1946), 2 voll., Roma 1946; N. Breviglieri, *Indagini ed osservazioni sulla viticoltura del Chianti*, in *Convegno del Chianti*, cit., pp. 52-125; E. Giorgi, *Aspetti economici della viticoltura nell'impresa mezzadrile chiantigiana*, «Rivista di economia agraria», V, 4, 1950, pp. 590-611.

³⁹ R. Cianferoni, *Il Chianti Classico fra prosperità e crisi*, Bologna 1979.

⁴⁰ Su questi argomenti di natura tecnica si rinvia a *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit., precisamente ai capitoli dedicati a: vitigni e portinnesti (R. Bandinelli, M. Boselli, P.L. Pisani); propagazione e vivai (M. Boselli, E. Triolo), sistemazione e gestione del terreno (P. Storchi), sistemi di impianto, forme di allevamento, tecniche di potatura (F. Loreti, G. Scalabrelli), difesa fitosanitaria (G. Surico, B. Bagnoli), meccanizzazione (M. Vieri), istituzioni di ricerca (P. Fiorino, G.B. Mattii).

the Proceedings then continue: «The Chianti wine is above all a fine table wine, and hence a wine that should not be addressed solely to a narrow, aristocratic clientele, but a wine that wishes to have, as it does have, a broad clientele both in Italy and abroad; a clientele that demands and requires that the name Chianti does indeed correspond to a wine with certain qualities of fineness, constancy of generic and typical features, but without this signifying arriving at the subtleties of expert tasters or sophisticated connoisseurs» (Ivi, p. 312).

³⁶ R. Tolaini (editor), *Contadini toscani negli anni Trenta. Le monografie di famiglia dell'INEA (1931-1938)*, Pisa 2005.

³⁷ For these matters we refer to the arguments already expounded elsewhere: P. Nanni, *Trasformazioni della vitivinicoltura toscana nel Novecento*, «Economia e diritto agroalimentare», X, 3, 2005, pp. 11-26

³⁸ R. Giuliani, *Relazione generale sui problemi agrari, economici e sociali della zona del Chianti*, in *Convegno del Chianti*, Firenze 1957, pp. 9-52.

On this subject see also: *Congresso Nazionale vitivinicolo*, (Siena, 16-19 August 1946 – Rome, 26-30 November 1946), 2 vols., Roma 1946; N. Breviglieri, *Indagini ed osservazioni sulla viticoltura del Chianti*, in *Convegno del Chianti*, cit., pp. 52-125; E. Giorgi, *Aspetti economici della viticoltura nell'impresa mezzadrile chiantigiana*, «Rivista di economia agraria», V, 4, 1950, pp. 590-611.

³⁹ R. Cianferoni, *Il Chianti Classico fra prosperità e crisi*, Bologna 1979.

⁴⁰ For these arguments of a technical nature we refer to the chapters devoted to: grape varieties and rootstocks (R. Bandinelli, M. Boselli, P.L. Pisani); propagation and nurseries (M. Boselli, E. Triolo), soil layout and management (P. Storchi), planting systems, training systems, pruning techniques (F. Loreti, G. Scalabrelli), phytosanitary protection (G. Surico, B. Bagnoli), meccanizzazione (M. Vieri), research institutions (P. Fiorino, G.B. Mattii) in *Storia regionale della vite e del vino in Italia. Toscana*, cit.



Fig. 7.1

Cultura e mercati: il comportamento postmoderno nel consumo del vino

Culture and markets: postmodern behaviour in wine consumption

Silvio Menghini

Università degli Studi di Firenze

Premessa

Per talune categorie di beni di consumo, come nel caso dei vini, la cultura rappresenta un elemento destinato ad assumere un crescente ruolo sui mercati sia influenzando le preferenze della domanda, sia le possibili strategie delle imprese e le scelte dei pubblici decisori.

L'incontro tra domanda e offerta che si realizza sui mercati propone il confronto tra la cultura di tipo classico posseduta dai consumatori e influente sulle loro capacità di scelta, e la cultura di tipo antropologico che può vantare il sistema produttivo locale, quale espressione dell'insieme delle conoscenze che concorrono a definire l'identità dei luoghi

di produzione vitivinicola, stratificata in termini immateriali nella cultura e nelle tradizioni locali e materialmente fissata nelle opere architettoniche e paesaggistiche locali.

Con il Progetto *Symposion* si vuole porre in evidenza il rapporto funzionale che può essere innescato tra queste due forme di cultura al fine di favorire il successo commerciale dei vini italiani. In particolare, con il presente contributo si evidenzierà come alcune tendenze nel comportamento dei consumatori possano offrire concrete opportunità per la salvaguardia delle produzioni vitivinicole nazionali, esaltando la vivacità delle esportazioni e la loro capacità di fare da volano per uno sviluppo locale equilibra-

Preamble

For certain categories of consumer goods, such as wine, culture is an element destined to play an increasing role in the markets, influencing the preferences of the demand, the potential strategies of the enterprises and the choices of public decision-makers.

The matching of demand and supply that takes place in the markets posits a comparison between the classic type culture of the consumers, which influences their capability of choice, and the anthropological culture boasted by the local production system, as an expression of the sum of knowledge

factors that contribute to characterize the identity of wine-producing areas, intangibly stratified in the local traditions and tangibly present in the local architecture and landscape.

The aim of the *Symposion* project is to bring to the fore the functional relationship that can be triggered between these two forms of culture in order to foster the commercial success of the Italian wines. This contribution in particular intends to highlight how some of the consumers' behavioural trends can offer concrete opportunities for protecting national wine production, stimulating exports and their capability to act as a

to e durevole, pienamente sostenibile in termini economici, ambientali e sociali.

Partendo dall'esame degli aspetti culturali inquadrati nella dimensione umanistica, ossia delle conoscenze che un individuo possiede come frutto di momenti di apprendimento e di esperienze dirette, si evidenzierà come sia da tali conoscenze che dipende la consapevolezza e la responsabilità con la quale un individuo si relaziona con l'ambiente nel quale vive, condizionando in modo determinante la sua capacità di interpretare e di reagire alle sollecitazioni provocate da stimoli esterni e/o interni, ivi compresi quelli che regolano le scelte di consumo che egli effettua sul mercato. Inquadrando i temi esposti nelle più recenti teorie del benessere e del consumo postmoderno, si evidenzierà come queste due componenti culturali siano reciprocamente interdipendenti, assumendo una rilevanza assoluta non solo come patrimonio collettivo indispensabile per la crescita della società, ma anche come concreta risorsa produt-

tiva strategicamente fondamentale per la difesa delle eccellenze produttive del nostro Paese: il legame vino territorio, lo sviluppo del turismo gastronomico e dei centri minori già oggi testimoniano chiaramente le potenzialità di quanto possa essere utile investire nella cultura, sia difendendo le risorse che di essa sono testimoni, sia elevando le conoscenze della collettività necessarie per comprendere il significato e i valori che tali risorse testimoniano.

Benessere e cultura nelle preferenze del consumatore postmoderno

Il benessere degli individui, dalla visione originaria strettamente utilitaristica, è progressivamente nel tempo andato incontro a una visione sempre più articolata, sino a essere inquadrato nelle chiavi di lettura più recenti a una crescente serie di elementi, secondo un rapporto sempre meno stretto tra consumi e qualità della vita.

driver for balanced and lasting local development, fully sustainable in economic, environmental and social terms.

Starting from an evaluation of the cultural aspects seen within a humanistic dimension, that is the knowledge that an individual possesses as a result of learning and direct experience, we shall see how it is such knowledge that dictates the awareness and the responsibility with which an individual relates to the environment in which he or she lives, conditioning in a decisive manner his or her capability to interpret and react to external and/or internal stimuli, including those that regulate consumption choices. Setting the issues addressed within the framework of the most recent theories regarding postmodern well-being and consumption, we shall see how these two cultural components are reciprocally interdependent, assuming the utmost relevance not only as an indispensable collective heritage for the growth of society,

but also as a concrete productive resource, strategically fundamental to the defence of the productive excellences of our country. The wine-territory connection, the development of food & wine tourism, and that of minor destinations, already clearly indicate the great potential utility of investing in culture, both by defending the resources that are evidence of culture themselves and by enhancing the necessary knowledge of the community so that it can grasp the significance and the value of such resources.

Well-being and culture in the preferences of the postmodern consumer

From a strictly utilitarian approach, over time the well-being of individuals has progressively expanded into an increasingly articulated vision, up to the most recent interpretations that encapsulate a growing series of elements in an increasingly freer relation between consumption and quality of life.

Originariamente, nei termini utilitaristici, le scelte di un individuo venivano associate al suo benessere secondo quella che è l'utilità che un bene produce nel momento in cui esso viene impiegato, con un grado di soddisfazione che è conseguenza dell'atto di consumo: in tali termini, i beni concorrono al benessere dell'individuo per le caratteristiche che essi detengono così come vengono intese nella teoria del consumo, ossia come tratti distintivi del bene medesimo. Qualunque altro elemento capace di influire sulle relazioni tra bene, consumatore e benessere, se non direttamente compreso in tale utilità conseguente all'atto del consumo, non viene considerato, così come non rimane traccia di ciò che può influenzare queste relazioni.

Questa visione della qualità della vita associata al solo consumo, seppure rispondendo efficacemente ad alcuni quesiti ben presto ha manifestato evidenti limiti interpretativi, soprattutto per quanto riguarda la sensibilità che gli individui manifestano non solo per l'utilità

che deriva dal consumo dei beni, ma anche per il semplice possesso e accumulo di essi. Questa visione di benessere, nella letteratura di riferimento legata ad approcci ispirati all'opulenza, è di fatto prevalente nella nostra società contemporanea, risultando peraltro in piena armonia con i modelli di sviluppo contemporanei che, mirando prioritariamente sulla crescita economica, richiedono un continuo aumento della domanda dei beni di consumo.

Tuttavia, di fronte a tali approcci nel tempo si è accresciuta sempre di più la consapevolezza di come la qualità della vita non sia circoscrivibile secondo i termini precedentemente indicati, dipendendo da una serie di beni, peraltro non solo economici, in un rapporto funzionale che necessariamente non comporta l'uso e il possesso degli stessi. È così che nel pensiero degli economisti sono maturati diversi approcci al «well-being», tra i quali emerge quello proposto da Amartya Sen con la sua Teoria delle Libertà. Secondo tale teoria il be-

Originally, in utilitarian terms, the choices of an individual were associated with his well-being in line with the utility that a good produces at the moment in which it is used, with a degree of satisfaction that is a consequence of the act of consumption. Hence goods contribute to the well-being of the individual in terms of their characteristics as these are understood in the theory of consumption, namely the distinctive features of the good itself. No other element capable of influencing the relations between the good, the consumer and well-being is taken into consideration unless it is directly involved in the utility deriving from the act of consumption, just as no trace of what can influence these relations remains.

This vision of the quality of life associated with consumption alone, while it does respond well to certain questions, rapidly reveals distinct interpretative limitations, especially as regards the sensitivity that individuals display not only towards the utility

deriving from the consumption of the goods, but also towards their mere possession and accumulation. In the literature dealing with approaches inspired by opulence, this vision of well-being actually prevails in contemporary society and, moreover, it proves to be in perfect harmony with the contemporary models of development which, primarily targeting economic growth, call for a constant increase in the demand for consumer goods.

Nevertheless, in the face of such approaches, over time awareness has grown regarding the fact that the quality of life cannot be considered only according to the terms indicated above, since it depends on a series of goods – which are not only economic – in a functional relationship that does not necessarily entail their use and possession. This is why economic theory has developed different approaches to well-being, and among them the one proposed by Amartya Sen in his Theory of Freedom. According to

nessere di un individuo non dipende più dal consumo e/o possesso di determinati beni quanto dalle libertà, qualora tale soggetto lo desideri, di accedere a essi. Queste libertà positive che l'individuo può vantare sono tanto maggiori quanto più elevata è l'accessibilità' che egli ha nei confronti dei beni, nonché quanto maggiori sono le sue abilità nell'impiegare i beni medesimi: abilità che, nel caso di un alimento come il vino, si devono direttamente correlare alla conoscenza che un individuo possiede tanto in merito alle caratteristiche intrinseche del prodotto che alle modalità secondo le quali esso si inserisce nella propria dieta e, più ampiamente, nel proprio stile di vita.

Riferendosi puntualmente ai vini, le conoscenze che un individuo deve possedere assumono un'importanza di crescente rilievo nei mercati odierni, in quanto per tale bene gli attributi rilevanti (per la formulazione delle preferenze e l'espressione della soddisfazione successiva al consumo) tendono a essere

sempre meno limitati alle caratteristiche di *experience*, apprezzabili a livello sensoriale, interessando in misura sempre maggiore le caratteristiche di *credence*, relative al processo attraverso il quale il prodotto è stato realizzato e all'ambiente fisico e sociale nel quale si colloca l'attività produttiva. Ecco, quindi, che nel valorizzare la propria bottiglia di vino i produttori hanno in misura sempre crescente la possibilità di sollecitare nel consumatore una molteplicità di interessi, a condizione che alla vendita del prodotto sia associata un'adeguata strategia comunicativa, finalizzata sia a evidenziare sul mercato finale tutte le caratteristiche di pregio del prodotto, sia per garantirsi che il consumatore abbia il più possibile le conoscenze personali necessarie per apprezzarle appieno. Ed è proprio a livello di tali conoscenze personali che si deve coniugare l'abilità che un individuo possiede, sottolineando come a livelli culturali superiori possano corrispondere maggiori abilità e, quindi, maggiori «libertà positive» e,

this theory, the well-being of the individual no longer depends on the consumption and/or possession of specific goods, but rather on the freedom to access them should that individual so desire. These positive freedoms that the individual can boast are greater in direct proportion to the degree of accessibility' that he or she has to the goods and to his or her capability to utilise/enjoy the said goods. In the case of a foodstuff such as wine, such capability has to be directly correlated to the knowledge that an individual possesses in relation both to the intrinsic characteristics of the product and to the way in which it fits into his/her diet and, in a broader sense, lifestyle.

Referring more specifically to wine, the knowledge that an individual has to possess assumes growing significance within the current markets scenarios, since, for this good, the relevant attributes (for the formulation of preferences and the expression of satisfaction following consumption) tend to be

increasingly less restricted to experience features, which can be appreciated at a sensory level, progressively involving aspects of belief related to the process through which the product has been made and the physical and social setting of the production activity. Thus, in order to further valorise their bottle of wine, the producers have the chance to stimulate a multiplicity of interests in the consumer, on the condition that the sale of the product is associated with an adequate communication strategy, aimed both at underscoring the quality features of the product on the end market and guaranteeing that the consumer is, as much as possible, in possession of the personal knowledge necessary to appreciate it completely. It is precisely at the level of this personal knowledge that we have to set the capability that the individual possesses, stressing the fact that higher cultural levels can correspond to greater capacities and hence greater «positive freedoms» and, consequently,

pertanto, anche livelli superiori di benessere: livelli superiori di benessere che, oltre alla elevazione delle soddisfazioni che si è capaci di trarre dal consumo di un vino, sono da apprezzare anche per il fatto che a una adeguata cultura del bere può farsi corrispondere una maggiore consapevolezza e una più elevata responsabilità nel consumo di tale prodotto, evitando qualunque forma di abuso, educando il consumatore a cercare nella qualità e non nella quantità la massima soddisfazione ritraibile dal consumo dei vini.

Tali tendenze di consumo, oltre che legarsi a una evoluzione del benessere che dagli approcci utilitaristici si è progressivamente articolata in quelli di «well-being», sono state oltremodo favorite da una evoluzione del comportamento del consumatore, progressivamente andato incontro a logiche di scelta che la letteratura contemporanea definisce di tipo postmoderno.

Contrapponendosi al modernismo, il comportamento di tipo postmoderno, ri-

ferito ai criteri che orientano le preferenze del consumatore, scardina i principi di scelta e consumo fondati univocamente sulle logiche della razionalità e dell'obiettività utilitaristica, per affermare un orientamento individuale ispirato dal desiderio di potere esprimere, attraverso le scelte che orientano i consumi, le proprie idee e il proprio modo di essere. In tale modo, le preferenze che il consumatore esprime sul mercato divengono una forma di «linguaggio», attraverso la quale egli proietta all'esterno la sua identità. Per certi segmenti qualitativi di vini, come per molti dei beni di consumo capaci di esprimere una leadership di prodotto, le caratteristiche immateriali che tali prodotti possiedono tendono ad assumere un'importanza crescente nell'ambito degli attributi rilevanti per il consumatore, a patto che egli sia messo in condizione di intercettare appieno tali aspetti e ne possa comprendere sino in fondo il loro significato e, quindi, il valore stesso del bene al quale essi si associano.

also higher levels of well-being. Higher levels of well-being that, in addition to raising the satisfaction that can be drawn from the consumption of a wine, can also be associated with the fact that an adequate culture of drinking can also correspond to a greater awareness and responsibility in the consumption of the product, avoiding all forms of abuse, educating the consumer to seek the greatest satisfaction to be drawn from the consumption of wine in the quality rather than in the quantity.

These trends in consumption, in addition to being linked to a progressive evolution from utilitarian approaches towards those of well-being, have been enormously favoured by a development and enhancement in the behaviour of the consumer, moving continuously closer to logics of choice that contemporary literature defines as postmodern.

As opposed to modernism, the behaviour of a postmodern character – as far as the criteria orienting consumer prefer-

ences are concerned – dislodges principles of choice and consumption based solely on the logics of rationality and utilitarian objectivity, establishing an individual orientation inspired by the desire to be able to express one's own ideas and one's own way of being through the choices that drive consumption. In this way, the preferences that the consumer expresses on the market become a form of 'language' through which his or her identity are projected to the outside. For certain quality segments of wine, as for many other consumer goods capable of expressing product leadership, the intangible characteristics that the products possess tend to assume a growing importance in the sphere of attributes that are relevant for the consumer, on the condition that he or she is put in a position to fully appreciate these aspects and thoroughly understand their significance and, hence, the actual value of the good that said aspects are associated with.

È così che, come con la visione contemporanea di benessere, anche attraverso le tendenze emergenti del comportamento postmoderno i contenuti culturali hanno l'opportunità di assumere un ruolo sempre più determinante sia come risorse produttive, che concorrono a definire le caratteristiche immateriali del prodotto², sia come bagaglio di conoscenze individuali che ogni consumatore deve possedere affinché tali caratteristiche emergano a livello di qualità percepita, esercitando così pienamente la loro influenza nel momento della scelta e pesando poi, a livello di soddisfazione espressa come giudizio successivo all'atto del consumo.

Il consumatore postmoderno, nel cercare attraverso le scelte che effettua sul mercato di esprimere la propria identità, assume una posizione maggiormente critica, per certi versi più soggettiva e, pertanto, tendenzialmente meno incline a qualunque forma di omologazione: egli ambisce a esprimere scelte autonome e a questo desiderio il sistema produttivo deve sapere reagire tentando di mantene-

re le proprie posizioni di mercato non più facendo leva direttamente sullo specifico prodotto commerciale che si realizza, quanto promuovendo quelle forme comportamentali che maggiormente possono indurre al suo consumo. Questa evoluzione, coerente con il generale processo di dematerializzazione del bene, è ormai penetrata nelle strategie di marketing di molte imprese del settore vitivinicolo, soprattutto a livello di prodotto e di comunicazione, dove sempre di più si fa leva sulle componenti emozionali a scapito di tutti gli elementi razionali, promuovendo non più direttamente lo specifico bene, quanto gli stili di vita all'interno dei quali è ricorrente il suo impiego.

Tuttavia, la definizione di un comportamento dei consumatori meno concentrato sulla materialità utilitaristica dei prodotti acquistati, non deve assolutamente essere accostata all'idea di una domanda meno esigente e attenta ai rapporti tra qualità e prezzo: allorquando pone in relazione la soddisfazione derivante dal consumo del bene con il sa-

So, as with the contemporary vision of well-being, also through the emerging trends of postmodern behaviour cultural contents have the chance to play an increasingly decisive role both as productive resources that help to define the intangible characteristics of the product² and as a baggage of individual knowledge that each consumer has to possess so that such characteristics can emerge as perceived quality, thus fully exerting their influence at the time of choice and later impacting the degree of satisfaction expressed as a judgement following the actual consumption.

In seeking to express his or her identity through the choices made on the market, the postmodern consumer adopts a more critical, more subjective position, hence tending to be less inclined towards any form of standardisation. He or she aspires to express independent choices, and the production system must know how to respond to this desire by attempting to maintain its market

positions while no longer leveraging directly on the commercial product made, but rather fostering the modes of behaviour most likely to stimulate its consumption. This evolution, which is consistent with the general process of dematerialisation of the good, has by now penetrated the marketing strategies of many companies in the wine-growing sector, especially at the level of product and communication, where increasing emphasis is placed on emotional components at the expense of all rational elements, no longer directly promoting the specific good, but rather the entire lifestyle within which it is regularly used.

Nevertheless, the definition of a consumer behaviour less focused on the utilitarian tangibility of the purchased products must under no circumstances be associated with the notion of a less exacting demand or one that is less aware of price/quality ratios. When comparing the satisfaction deriving from the consumption of the good with the sacrifice made for acquiring the same good,

Fig. 7.2 Onofrio Pepe
«Dioniso» 2009, 260 x 55
cm, tecnica mista.

Fig. 7.2 Onofrio Pepe
«Dionysus» 2009, 260 x
55 cm, tecnica mista

crifcio sostenuto per avere quello stesso bene, il consumatore postmoderno rivela comunque un comportamento critico, non di rado più competente di quello che possiede un consumatore tradizionale, con una predisposizione alla fedeltà al prodotto e alla marca subordinato a un più severo e razionale processo logico soggetto a continue verifiche e a crescenti bisogni informativi.

La cultura come risorsa produttiva

La visione di un cliente rivolto al consumo dei vini secondo le prospettive di benessere e di comportamento evidenziate in precedenza, ci offre lo spunto per verificare puntualmente il rapporto ideale tra cultura e vini, sia per quanto riguarda la cultura come risorsa locale che entra a far parte di un prodotto commerciale, sia per quanto riguarda la cultura come abilità possedute dai consumatori nell'intercettare tali aspetti nell'ambito degli attributi discriminanti,

the postmodern consumer continues to employ a critical approach, not infrequently more competent than that of a traditional consumer; with a tendency towards product and brand loyalty that is subordinated to a stricter and more rational logic, subject to continuous monitoring and a growing demand for information.

Culture as a productive resource

The notion of a customer addressing wine consumption in line with the perspectives of well-being and behavior outlined above offers us a cue for a precise appraisal of the ideal relationship between culture and wine. This comprises culture as both a local resource that becomes part of a commercial product and as the capability of the consumer to identify these aspects in the sphere of discriminating attributes that drive product choice, use and the satisfaction following its consumption.



tanto a livello di scelta del prodotto che di modalità d'impiego e di soddisfazione successiva al suo consumo.

Per taluni vini italiani, soprattutto nell'ambito di certi segmenti qualitativi e per mercati emergenti, la cultura dei luoghi e delle sue genti, nella dimensione antropologica indicata in precedenza, rappresenta una componente immateriale del prodotto sulla quale è ancora possibile immaginare di potere avere dei margini rilevanti di miglioramento.

La valorizzazione dei vini che si estende dalle caratteristiche oggettivamente rilevanti³ a certe componenti immateriali, di «credence», è una importante opportunità che si lega alla difesa di certe eccellenze produttive italiane con strategie «di nicchia», rivolgendosi a un consumatore sensibile ancor prima che all'acquisto più conveniente a quello qualitativamente più soddisfacente: tutto ciò considerando in senso critico come siano comunque sempre minori i margini di incremento dei prezzi di vendita, quanto invece siano elevate le opportu-

nità di accrescere l'identità e, quindi, la non sostituibilità del bene.

Nel caso dei vini, tale operazione di diversificazione fondata prioritariamente su di una qualità legata al rapporto prodotto-territorio, deve essere apprezzata anche per la capacità che essa ha in termini di «radicazione» delle attività produttive nei contesti tradizionalmente vocati, contrastando le conseguenze di una globalizzazione che ormai oggi non si limita più al confronto tra prodotti, ma giunge a dinamiche di trasferimento dei processi produttivi che li realizzano.

Per le componenti immateriali, di «credence» implicite nella qualità espressa dal binomio prodotto-territorio, è possibile sottolineare come sino a oggi il sistema produttivo italiano abbia principalmente cercato di fare emergere questo aspetto sul mercato, investendo nella certificazione dell'origine dei vini, non considerando come tale azione dovesse essere associata a una più ampia strategia di marketing, attraverso la gestione coordinata di tutte e quattro le leve, soprattutto a livello di

For certain Italian wines, especially in the context of specific quality segments and for emerging markets, the culture of the places and the people – in the anthropological dimension indicated above – represents an intangible component of the product within which it is still reasonable to assume that there is significant room for improvement.

The valorisation of wines, which extends from objectively significant characteristics³ to certain intangible components of «beliefs», is an important opportunity that is bound up with the defence of certain outstanding Italian products through 'niche' strategies, addressed to a consumer who is more sensitive to the purchase that is most satisfactory in terms of quality than to the purchase that is most convenient in economic terms. At the same time we also have to consider that the margins of increase of sale prices are in any case progressively more slender; while on the other hand the opportunities for enhancing the identity, and hence the irreplaceable nature of the commodity, are vast.

In the case of wines this operation of diversification, based primarily on a quality that is linked to the product-territory relations, must also be appreciated in terms of its capacity for 'rooting' the production activities in contexts traditionally devoted to them, countering the consequences of a globalisation that is by now no longer restricted to a comparison between products, but also affects transfer dynamics in the production processes used to manufacture them.

As for the intangible components of «beliefs» implicit in the quality expressed by the product-territory combination, we can stress how, to date, the Italian production system has sought primarily to bring this aspect out on the market, investing in the certification of origin of the wines, without considering that this action should have been combined with a broader marketing strategy implemented through the coordinated management of all four levers, especially at the level of distribution and communication⁴, seeing in the latter

distribuzione e comunicazione⁴, vedendo in quest'ultima un potente mezzo per promuovere il prodotto, informando ed educando il consumatore.

Questa valorizzazione dei vini in ragione della cultura dei luoghi, nel generare una stretta relazione prodotto-territorio funzionale al loro sostegno commerciale, nella maggioranza dei casi diviene inevitabilmente strumento di esaltazione della vocazione produttiva locale che, fondandosi su di una effettiva evidenza dovuta alla localizzazione dell'intera filiera finisce per trasferire il *brand* del prodotto locale al territorio stesso che lo ha generato, come nel caso eclatante dal Chianti, laddove lo stesso termine indica sia il vino, sia l'area in cui esso viene realizzato. Ecco, quindi, che la cultura dei luoghi fatta emergere nella bottiglia che giunge al consumatore finale, oltre che il mezzo di caratterizzazione esclusiva del prodotto, diviene pure un formidabile strumento di promozione dell'intero territorio che ha generato quel vino, con l'opportunità di valorizzare tutte le risorse e le attività

che in esso si trovano soprattutto in favore del turismo e del valore immobiliare locale. Associare una strategia del genere al complessivo sviluppo di determinate aree a elevata vocazione vitivinicola non è in molte realtà italiane una prospettiva futura ma una realtà già ben matura: oggi è comunque opportuno sostenere tali esperienze, estendendo questo modello anche a nuovi contesti, facendo in modo che l'importante spinta dei produttori locali sia affiancata all'impegno di tutti gli altri *stakeholder* locali.

Conclusioni

Investire nella cultura, sia per esaltare negli attributi del prodotto i valori antropologici, sia per elevare le abilità individuali, rappresenta un'importante azione con effetti rilevanti non solo sul piano sociale ma anche economico.

Nel caso delle produzioni di vino italiane questa strategia rappresenta senza dubbio un esempio eclatante di come la cultura dei luoghi possa divenire com-

a powerful tool for promoting the product by informing and educating the consumer:

By generating a close product-territory relation functional to their commercial support, in the majority of cases this valorisation of the wines by virtue of local cultures inevitably becomes a vehicle for extolling the local production vocation which, based on actual evidence due to the location of the entire production chain, ends up transferring the brand of the local product to the actual territory that has given birth to it. Chianti is an emblematic example, with the same word indicating both the wine and the place it comes from. And so the culture of the place, which is brought forth in the bottle that reaches the end consumer, in addition to being the means of characterising the product, also becomes a formidable tool for promoting the entire territory that the wine comes from, with the concomitant opportunity to valorise all the resources and activities that are located there, especially in favour of tourism and local property value. In many parts of Italy, as-

sociating a strategy of this kind with the overall development of certain areas with an elevated wine-growing vocation is not a future prospect but already a mature reality; what is called for now is to sustain such experiences and extend the model to new contexts, acting in such a way that the important thrust from the local producers is accompanied by the commitment of all the other local stakeholders.

Conclusions

Investing in culture, with an approach that aims at both fostering the anthropological values in the attributes of the product and enhancing individual capabilities, is an important action that has significant effects not only in social but also in economic terms.

In the case of Italian wine production, this strategy undoubtedly represents a striking example of how local cultures can become a component that contributes to raise the value of market goods, with all the advantages that

ponente che concorre alla elevazione del valore dei beni di mercato, con tutti i vantaggi che ciò comporta sul piano della differenziazione merceologica dei vini e della radicazione locale del processo produttivo che li realizza.

Tuttavia, affinché la cultura possa effettivamente contribuire al successo del settore vitivinicolo e, più in generale, al successo dell'economia locale, è opportuno che tali valori culturali emergano sul mercato sia a livello di prodotti offerti sia di sensibilità del consumatore, ipotizzando peraltro che queste due condizioni siano accompagnate da una terza e ancor più importante condizione, relativa al fatto che offerta e domanda si possano incontrare in un mercato trasparente, privo di rilevanti asimmetrie informative.

Un'azione utile, per non dire indispensabile sui mercati globali, affinché tutte queste tre distinte condizioni possano avere luogo è da ricercarsi in una efficace attività di comunicazione, rivolta a informare e, al tempo stesso educare i consumatori, avendo ben chiaro il fatto

che i valori culturali, per l'immaterialità e la complessità delle componenti diffuse che li costituiscono, non possono essere valorizzati pienamente solo a livello di singole aziende, ma richiedono una azione concertata a livello settoriale e di territorio, con approcci organici e mirati.

È con tale spirito che nasce il Progetto *Symposion*, con l'intento di avviare un dialogo tra istituzioni e privati intorno a un medesimo progetto di marketing territoriale che, facendo leva su di un mix comunicativo rivolto alla valorizzazione del binomio prodotto-territorio, contribuisca tanto alla promozione dei vini che dei territori italiani, sia sui mercati nazionali, sia su quelli esteri. Facendo leva su di una comunicazione che promuove il vino partendo dalla sua storia contestualizzata nella generale evoluzione della civiltà mediterranea, si propone peraltro una modalità comunicativa che non si concentra sullo specifico prodotto quanto sulla posizione che esso assume rispetto a certi stili di vita: ed è nell'ambito di quest'ultimo aspetto che è opportuno sottolineare

this brings with it in terms of the commodity differentiation of the wines and the local rooting of the production process through which they are made.

Nevertheless, for culture to effectively contribute to the success of the wine sector and, more generally, to the success of the local economy, it is expedient that these cultural values emerge on the market in terms of both the products offered and the sensitivity of the consumer; assuming, moreover, that these two conditions are accompanied by a third and even more important condition: demand and supply can come together within a transparent market devoid of significant information imbalances.

An action that is useful, if not indispensable, on the global markets to ensure the existence of these three distinct conditions can be sought in an effective communication activity. This should be aimed at informing and, at the same time, educating the consumers, bearing clearly in mind the fact that cultural values – in

view of their intangibility and the complexity of the diverse components that make them up – cannot be fully valorised by individual companies alone but call for a concerted action at sector and territorial level, and the implementation of organic and targeted approaches.

This is the spirit that lies behind the *Symposion* project, which is intended to set a dialogue between the institutions and the private entities addressing a project of territorial marketing which, leveraging on a communication mix aimed at the valorisation of the product-territory combination, contributes to the promotion of both the wines and the Italian territories on both the domestic and the foreign markets. Leveraging a communication that promotes wine starting from its history, contextualised within the general evolution of Mediterranean civilisation, it also proposes a mode of communication that is not focused on the specific product but rather on the position that this occupies within certain lifestyles. It is within the scope of this latter aspect that

come la promozione di un prodotto effettuata attraverso l'incentivazione di certe forme di consumo associate a certi stili di vita, rappresenta un'importantissima opportunità per favorire un consumo responsabile del vino, evitando qualunque forma di abuso che già nell'antichità aveva condotto ad associare tale prodotto al tempo stesso alle migliori che alle peggiori espressioni dell'animo umano.

Note

¹ L'accessibilità di un bene nella «Teoria delle libertà» viene correlata a due possibili diversi stati: di «disponibilità», con limitazioni della libertà dovute al fatto che i beni non risultino accessibili in quanto non esistenti in quantità sufficienti; mentre si identifica una accessibilità limitata per problemi di «attribuzione» nel caso in cui il bene, pur esistendo in quantità soddisfacenti rispetto alla domanda, non è raggiungibile da tutti coloro che concorrono a formulare tale domanda («entitlement failure»).

it is relevant to stress how the promotion of a product through the stimulation of certain forms of consumption associated with certain lifestyles represents a crucial opportunity for fostering a responsible consumption of wine, avoiding any form of abuse which, even in ancient times, led to the association of this product with both the very highest and the very lowest expressions of human nature.

Endnotes

¹ In the theory of freedom or capabilities, the accessibility of a good is related to two different possible states of «availability», with restrictions on freedom due to the fact that the goods are not accessible since they do not exist in sufficient quantities; on the other hand, a limited accessibility for problems of «attribution» exists in the case where, although the good exists in sufficient quantities in relation to the demand, it cannot be accessed by all those making such demand («entitlement failure»).

² Soprattutto per quanto riguarda i valori di tipicità legati all'identità del territorio per quelli che sono gli elementi culturali rilevabili nelle testimonianze storiche e contemporanee, sia a livello di consuetudini nei modi di produrre e di consumare il bene, sia a livello di paesaggio.

³ Di *experience*, come nel caso di tutti gli attributi evidenti sul piano sensoriale.

⁴ Seppure con eloquenti eccezioni, tale condizione, ancorché libera scelta degli imprenditori del settore, rappresenta una condizione nella quale essi si sono venuti a trovare in ragione dei limiti strutturali che caratterizzano la filiera vitivinicola italiana. Infatti, se la certificazione ha trovato una efficace diffusione nelle forme associative destinate alla sua gestione, ben minori sono state le opportunità di incidere sulle leve della comunicazione e della distribuzione: leve che peraltro mettono a nudo la fragilità di un sistema produttivo assolutamente privo di dimensioni produttive tali da potere accedere a certi strumenti di marketing.

² Especially in relation to the values of typicality connected with the territorial identity apropos the cultural elements that can be gleaned from historic and contemporary evidence, in terms of both habitual modes of production and consumption of the good, and in terms of landscape.

³ Of experience, as in the case of all the attributes that are evident at a sensory level.

⁴ Albeit with eloquent exceptions, this situation – while being a free choice on the part of the sector entrepreneurs – is a condition in which they found themselves by virtue of the structural limitations characterising the Italian wine production chain. In fact, although the certification was efficaciously spread through the forms of association destined to managing the same, the opportunities for acting on the levers of communication and distribution were decidedly fewer: levers that, moreover, lay bare the fragility of a production system that is entirely lacking production dimensions such as to enable it to access certain marketing tools.



Fig 8.1

Evoluzione del gusto del consumatore

The evolution of consumer taste

Massimo Castellani

Associazione Italiana Sommelier

Oggi conosciamo molti vini affermati sia nel mondo enologico sia nel pensiero comune e possiamo anche ritenere che siano ‘stilisticamente’ gli stessi da sempre. Purtroppo non è così, non solo a causa della diversa tecnologia enologica utilizzata o per conoscenze diverse in campo di vinificazione, ma anche perché il gusto del consumatore nel tempo è notevolmente cambiato.

Ciò anche per quanto riguarda, per esempio, il noto Champagne, il piemontese Barolo e il toscano Chianti.

A metà dell'Ottocento presso le corti europee si imponeva un vino spumeggiante del nord-est francese: lo Cham-

pagne, che, il più delle volte, era dolce. A questa connotazione si assimilava un valore quasi etico di bontà anche se, di fatto, tale vino veniva relegato a bevanda da fine pasto.

Sul mercato russo, al tempo dello zar Alessandro II, che addirittura creò il futuro mito del Crystal Roederer, come pure nei Paesi Scandinavi lo Champagne era di gran moda con un alto dosaggio zuccherino.

Fu l'Inghilterra vittoriana che contribuì a modificare il gusto dello Champagne, infatti gli Inglesi, che lo apprezzavano come vino da tutto pasto, privilegiavano il gusto secco.

There are today many wines that are well-known not only in the wine world itself but also among the general public, and we could be forgiven for thinking that they are, in 'stylistic' terms, the same as they have always been. Unfortunately, this is not true, not only as a result of the different oenological technology used or the development of knowledge in the winemaking sphere, but also because the taste of the consumer has changed considerably over time.

This is true even of the celebrated Champagne, the famous Barolo from Piedmont and Tuscan Chianti.

In the middle of the nineteenth century a sparkling wine from north-east France be-

came very popular in the courts of Europe: this was Champagne, and it was almost always sweet. This connotation was associated with an almost ethical sense of goodness, even though the wine was, in actual fact, relegated to a drink for the end of the meal.

On the Russian market – at the time of Tsar Alexander II, who actually created the future legend of Crystal Roederer – and in the Scandinavian countries, Champagne with a high sugar content was greatly in vogue. It was Victorian England that helped to alter the taste of Champagne, since the English liked to drink it throughout the meal and so preferred the dry flavour. It was in fact the London merchant Burnus who, in 1848, ordered

Fig. 8.1 Boccale trilobato in maiolica policroma. Produzione Montelupo Fiorentino. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi del XVI sec. d.C.

Fig. 8.1 Trilobate jug, polychrome majolica. Product of Montelupo Fiorentino. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Early XVI century a.C.



Fig. 8.2 Duccio di Buoninsegna. Nozze di Cana. Pannello della predella posteriore della grande pala della «Maestà», per l'altare maggiore del Duomo di Siena. 1308-1311 Siena.

Fig. 8.2 Duccio di Buoninsegna. The wedding of Cana. A panel of the back predella of the large «Maestà» for the high altar of the Cathedral of Siena. 1308-1311 Siena.

from Laurent Perrier a cuvée without sugar in the «liqueur d'expédition». And this is how, through a demand for food matching, the brut came into being!

Even now the world of Champagne continues to respond stylistically to the taste demands of different consumers throughout the world. The English-speaking countries still prefer wines with a low sugar content, or *pas dosé*. In the Asian market, precisely to respond to the matching with an oriental cuisine in which spiciness or the use of raw fish are the mainstays of the culinary proposals, rounded wines of a relatively low alcohol content, such

as Champagne *demisec*, are essential and preferred.

Barolo too experienced a turnabout in taste in the nineteenth century. Fermentation difficulties meant that it was a wine with residual sugar; the dry version was «Nebbiolo vecchio».

It was precisely through the influence of the chef at the Savoy court, Giovanni Viligiardi, that the service at table was changed from French-style to Russian, separating the courses and accompanying each with a specially selected wine.

Seeing that the Savoy were great hunters and that game was a ritual and an ever-pre-

Fu appunto il mercante londinese Burnus, nel 1848, a ordinare alla Laurent Perrier una cuvée senza zuccheri nella «liqueur d'expédition». Nacque così, per un'esigenza di abbinamento, il brut!

Ancora oggi il mondo dello Champagne risponde, stilisticamente, alle esigenze di gusto dei vari consumatori nel mondo. Tuttora il mondo anglosassone e americano predilige vini con basso dosaggio di zuccheri o *pas dosé*. Mentre, per il mercato asiatico proprio per rispondere a esigenze di abbinamento con la cucina orientale, in cui la piccantezza o l'utilizzo del pesce crudo sono le assi portanti delle proposte culinarie, i vini morbidi e di contenuto tenore alcolico, come lo Champagne demiseç, divengono necessari e privilegiati.

Anche il Barolo ha visto nell'Ottocento una virata sul gusto. Per le difficoltà di fermentazione era un vino con residuo zuccherino, la versione secca era il «Nebbiolo vecchio».

Fu proprio dagli stimoli proposti dal cuoco di corte Savoia, Giovanni Viliardi, che, a corte, si modificò il servizio a tavola: da quello «alla francese» a quello «alla russa» separando le portate e accompagnando ciascuna con vini in abbinamento.

Visto che i Savoia erano dei grandi cacciatori e che la cacciagione era un

rito e una pietanza irrinunciabile la mancanza di un vino in accompagnamento si faceva sentire, dato che non esisteva ancora un vino austero e di forza strutturale da abbinare a tale piatto forte.

Nel 1836 Cavour chiamò, come consulente enologico, il generale Francesco Staglieno che portò alcune migliorie enologiche anche se la grande innovazione si realizzò nel 1847 con l'arrivo del francese Louis Oudart, che trasformò completamente lo stile del Barolo, attraverso il controllo della fermentazione, aprendo così la strada al *new stile* di questo grande vino.

Il francese lavorò alle dipendenze della marchesa Falletti nelle tenute di Serralunga, Barolo e La Morra, dando al vino una connotazione stilistica di grande austerità.

Il successo non si fece attendere travolgendo la corte sabauda di Carlo Alberto e di Vittorio Emanuele II.

Questo gusto ci ha accompagnati fino a oggi, quando un gruppo di giovani produttori, alla fine degli anni Settanta, chiamati allora «Barolo Boys», hanno dato una ulteriore, forte sterzata di stile introducendo l'uso della barrique e cambiando alcune dinamiche di vinificazione.

Il motivo per il quale i vini di Langa, all'inizio degli anni Ottanta, attraversarono un momento di stasi sul

sent dish, the lack of a suitable wine began to make itself felt, since there was as yet no austere, structured wine to accompany such strong flavours.

In 1836 Cavour summoned the General Francesco Staglieno to act as consultant oenologist, which led to various oenological improvements, although the major breakthrough came in 1847 with the arrival of the Frenchman Louis Oudart, who completely transformed the Barolo through the control of fermentation, thus paving the way to the new style of this wine. Oudart worked for the marchioness Falletti in the estates of Serralun-

ga, Barolo and La Morra, endowing the wine with a stylistic connotation of great austerity. Success was not long in coming, overwhelming the Savoy court of Carlo Alberto and Vittorio Emanuele II.

This taste accompanied us up to very recently when, at the end of the 1970s, a group of young producers – known at the time as the «Barolo Boys» – brought about an ulterior significant shift in style when they introduced the use of barriques and altered certain of the vinification dynamics.

The reason why, in the early 80s, the Langa wines experienced a phase of stagnation on



Fig. 8.3a



Fig. 8.3b

Fig. 8.3a Balsamario in vetro. Produzione Italica. Museo Archeologico Gaio Cilnio Mecenate di Arezzo. I-II sec. d.C.

Fig. 8.3b Balsamario in vetro. Arezzo, Museo Archeologico Nazionale. Produzione italica. I-II sec. d.C.

Fig. 8.3c Balsamario in vetro. Museo Archeologico Gaio Cilnio Mecenate di Arezzo. Produzione Italica. I-II sec. d.C.

Fig. 8.3a Glass ointment jar. Italic jar. Museo Archeologico Gaio Cilnio Mecenate di Arezzo. I-II sec. a.C.

Fig. 8.3b Glass ointment jar. Arezzo, Museo Archeologico Nazionale. Italic Product. I-II century a.C.

Fig. 8.3c Glass ointment jar. Museo Archeologico Gaio Cilnio Mecenate di Arezzo. Italic product. I-II century a.C.

mercato, derivò proprio dallo status cucito loro addosso: il Barolo è un vino da grande occasione; va aperto ventiquattro ore prima del consumo; l'abbinamento tradizionale è la lepore in civet, e così via. Quando un vino è più chiacchierato che bevuto, la crisi è assicurata.

the market was due precisely to the status they had been labelled with. The Barolo is a wine for important occasions; it has to be opened twenty-four hours in advance and the traditional food match is juggled here and so on. When a wine is more talked about than drunk, it's a sure sign of trouble.

The new generation of producers wanted to shake off the yoke of these prejudices and make the Barolo into a wine that was easier to drink and enjoy. And now that we find ourselves facing these two different 'interpretations' we should not see this as negative because, whether the individual winegrower adopts a tradi-

La nuova leva di produttori intese scardinare questi luoghi comuni, rendendo il Barolo un vino più fruibile e godibile. Oggi che ci troviamo davanti a queste due 'interpretazioni', non ce ne dobbiamo dolere poiché, anche se il singolo produttore adotta una pratica enologica tradizionale o con barrique,

tional oenological approach or uses barriques, we can be certain that with time the distinctive personality of the nebbiola, linked to the territory and to the vineyard, will come to the fore.

'Modern' Chianti too emerged around the middle of the nineteenth century through the efforts of Baron Bettino Ricasoli, who on the family estate of Brolio refined his personal recipe for the Chianti grape blend, later denominated the «Ricasoli formula».

What Ricasoli actually did was to experiment both vinification techniques (*governo alla toscana*) and the use of different grape blends. Indeed between 1851 and 1877 he



Fig. 8.3c

siamo sicuri che con il tempo emergerà la fortissima personalità del nebbiolo legata al territorio e al vigneto.

Il Chianti 'moderno' nacque, anch'esso, alla metà dell'Ottocento per merito del barone Bettino Ricasoli che mise a punto, nella tenuta di famiglia di Brolio, la sua ricetta dell'uvaggio chiantigiano, denominata poi «formula ricasoliana».

kept an extensive diary on the Brolio estate, with copious notes and insights. In a letter sent to Professor Studiati at the University of Pisa he reveals his thoughts about the future of Chianti:

I verified the results of the early experiments, that is, that the wine takes most of its perfume from the Sangiovese (which is my particular aim) as well as a certain vigour of flavour; from the the Canajuolo it takes a sweetness that tempers the harshness of the former without subtracting any of its fragrance, though it too has an aroma of its own; the Malvasia, which could probably be omitted for wines for ageing, tends to dilute the product of the first two grapes, but enhances

Ciò che Ricasoli fece fu di sperimentare sia tecniche di vinificazione (governo alla toscana) sia l'impiego di uvaggi. Infatti dal 1851 al 1877 tenne un corposo diario sulla cantina di Brolio con varie intuizioni e appunti.

In una lettera, inviata al professor Studiati dell'Università di Pisa, si può evincere il suo pensiero riguardo il futuro del Chianti:

Mi confermai nei risultati ottenuti già nelle prime esperienze, cioè che il vino riceve dal Sangiovese la dose principale del suo profumo (a cui miro particolarmente) e una certa vigoria di sensazione: dal Canajuolo l'amabilità che tempera la durezza del primo senza togliergli nulla del suo profumo per esserne pure esso dotato; la Malvasia, della quale si potrebbe fare a meno nei vini destinati all'invecchiamento, tende a diluire il prodotto delle due prime uve, ne cresce il sapore e lo rende più leggero e più prontamente adoperabile all'uso della tavola quotidiana.

Proprio a quest'ultima postilla Ricasoli si ispira per l'interpretazione di un Chianti beverino e di pronta beva, proprio per rispondere a quell'esigenza che vedeva in quel momento storico il vino come un alimento e un energetico «*fai da te*» del popolo toscano. Con questa connotazione il Chianti ha sempre risposto al suo consumatore per anni, anche attraverso l'immagine della sua veste, il fiasco, che trova i natali a Pontassieve, nella sua versione in vetro pesante, grazie all'idea di Laborel Melini.

Questo aspetto 'popolare' del Chianti, attento anche alla richiesta del mercato più minuto, ha creato nel tempo una serie di forti sostenitori. Già nel

the taste and makes the wine lighter and more readily suitable for daily consumption.

It is precisely this last observation that Ricasoli takes as inspiration for a readily drinkable Chianti, responding to a demand which – at that particular moment in time – saw wine as a foodstuff and a readily available source of energy for the Tuscan people. This is in fact the characteristic by which Chianti has been known to its consumers for many years, further underscored by the image of its garb, the straw-covered flask, the heavy glass version of which originated from Pontassieve as the brainchild of Laborel Melini.

This 'popular' aspect of Chianti, attentive to even the smallest market demand, has over time created

1873 Giuseppina Strepponi scriveva che il marito Giuseppe Verdi amava e beveva esclusivamente Chianti. Già nel novecento era il vino bandiera per notorietà e popolarità dell'Italia vinicola.

Totalmente diversa è la storia del Brunello di Montalcino, che nasce nell'ultimo scorcio dell'Ottocento in antitesi al Chianti, rinnegando proprio la 'contaminazione' del Sangiovese con altre uve. Il progetto ambizioso è frutto dell'idea di Ferruccio Biondi Santi che, raccogliendo l'eredità e l'idea del nonno Clemente Santi, progetta un nuovo vino in tutto e per tutto estremamente innovativo e rivoluzionario in Toscana.

L'obiettivo è quello di raggiungere un target di consumatore alto e realizzare un vino di élite. L'occasione è la particolarità del biotipo di Sangiovese «il Brunello»: un Sangiovese detto «Grosso» per il suo acino molto più scuro e carico di colore e sostanze polifenoliche e un buon rapporto buccia-polpa. Un vitigno, quindi, con peculiarità diverse da quello del Chianti. Con il Brunello si poteva realizzare una rivoluzione che proiettava questo vino in una estrema modernità di progetto enologico. I passi di Biondi Santi furono: una selezione di massa delle piante, l'utilizzo del *solo* Sangiovese, la

limitazione delle rese e un necessario invecchiamento del vino per attenuare la sua forza tannica. Con la grande annata 1888 nacque, ufficialmente, il Brunello di Montalcino.

La fine del XIX secolo vede anche la nefasta presenza delle calamità dell'oidio, della peronospora e della fillossera.

Sempre nei primi decenni del Novecento è viva la ricostruzione del vigneto, epocale poi il passaggio dalla coltura agraria, che vedeva l'aratro protagonista, all'utilizzo dell'innovativo trattore, con il relativo allargamento dell'interfilare e il cambio delle rese per ettaro.

Il consumo del vino ha una grande disparità fra l'alta *hotellerie* italiana e le trattorie a conduzione familiare locali, *gap* mantenuto in modo invariato grazie proprio anche all'impostazione della tipologia di menù proposto e dell'utilizzo delle materie prime.

Il consumatore di élite vedeva, anche nel nostro Paese, la carta dei vini farcita dal gotha dell'enografia francese, con poche presenze di vini italiani, mentre il fruitore delle osterie e delle trattorie locali, in cui l'esperienza gastronomica regionale era preponderante, trovava sulle tavole vino sfuso o vino solo locale.

ranks of staunch supporters. As far back as 1873 Giuseppina Strepponi wrote that her husband Giuseppe Verdi loved and drank only Chianti. In the twentieth century it was the flagship wine of Italy in terms of fame and popularity.

The story of Brunello di Montalcino is totally different; it was generated at the end of the nineteenth century precisely in antithesis to Chianti, specifically refuting the 'contamination' of Sangiovese with other grapes. The ambitious project stemmed from an idea of Ferruccio Biondi Santi who – taking up the legacy and the inspiration of his grandfather Clemente Santi – designed a new wine that was in every respect extremely innovative and revolutionary for Tuscany.

The aim was to produce an elite wine and reach a high-level consumer target, and the opportunity was provided by the particularity of the «Brunello» Sangiovese biotype. This was a Sangiovese known as «Grosso» in view of its much darker grape, richer in colour and polyphenolic substances, and with an excellent peel-pulp ratio. It was, in short, a grape variety with characteristics different from that of Chianti. With the Brunello it would be possible to trigger a revolution in which this wine became part of an extremely modern oenological project. The steps performed by Biondi Santi were: mass selection of the plants, the use of *only* Sangiovese, restriction on yield and an essential ageing of the wine to mitigate its tannic strength. The Brunello di Montalcino officially



Fig. 8.4a

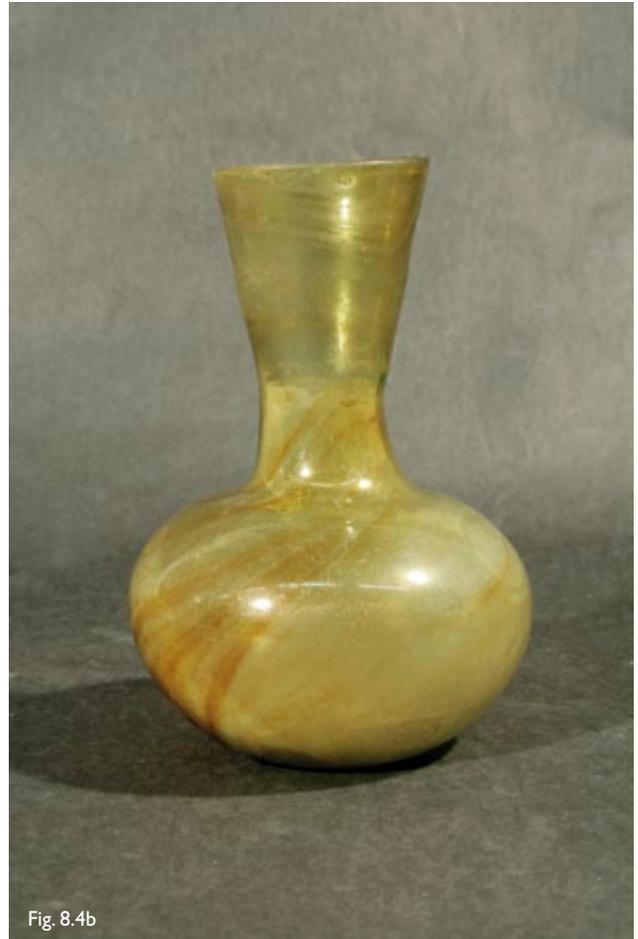


Fig. 8.4b

All'inizio degli anni '60 con il boom economico anche il mondo del vino italiano vede una radicale trasformazione con la legge sulle DOC (DPR n. 930). È il 1963 e questo grande passo epoca-

le portò a una crescente coscienza sulla qualità del «vigneto Italia» e una grande attenzione del consumatore verso l'affacciarsi della piena affermazione qualitativa del vino nazionale.

came to birth with the extraordinary vintage of 1888. The nineteenth century ended under the ominous cloud of the powdery mildew, downy mildew and phylloxera epidemics. The early decades of the twentieth century then were also marked by the renovation of the vineyards, a crucial phase in the passage from an agrarian culture dominated by the plough to the use of the innovative tractor, calling for a broader space between the rows of vines and the alteration of the yield per hectare.

There is a great disparity in the consumption of wine between the top Italian hotels and the local family-run trattorias, a gap that persists practically unchanged precisely by virtue of the type of menus proposed by each and the raw materials used.

Even in Italy, the elite diner was accustomed to consult a wine list showcasing the aristocracy of French wines, with just a handful of Italian names, while the habitu  of the local trattorias or osterias, where the regional gastronomic experience prevailed, would find on the table unbottled house wine or only local wine.

With the economic boom of the early 60s the Italian wine world too went through a radical transformation, ushered in by the law on the DOC designation of origin (Decree of the President of the Republic no. 930). It was 1963 and this major epoch-making change led to an enhanced awareness of the quality of the «Italy vineyard» and a significant attention on the part of the consumer towards the full emergence and quality consolidation of Italian wine.

Fig. 8.4a Fiaschetta in vetro a corpo piriforme. Da Damasco (Siria). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. IV-V sec. d.C.

Fig. 8.4b Fiasca in vetro a corpo globulare. Da Damasco (Siria). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. IV sec. d.C.

Fig. 8.4a Pear-shaped flask. From Damascus (Syria). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. IV-V century a.C.

Fig. 8.4b Globed-shaped glass flask. From Damascus (Syria). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. IV century a.C.



Fig. 8.5a Olletta in vetro con decorazioni a filamenti applicati. Da Damasco (Siria). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III-V sec. d.C.

Fig. 8.5a Glass olla decorated with applied threads. From Damascus (Syria). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III-IV century a.C.

This enhanced perception implemented by the law was fully matched by the productive sector itself, and also fostered in consumers an increasing awareness of the need to understand this world, stimulating curiosity and the desire to approach it.

In addition to claiming to be a great football expert, every Italian worth the name began to also consider himself a great wine expert and sophisticated connoisseur. In the wake of this input and inspiration, the Associazione Italiana Sommelier was founded in Milan on 7 July 1964 precisely to respond to this growing interest. From the very start, the AIS assumed a role on the food & beverage

scene as an Association focused on the valorisation of Italian production and with a strong emphasis on training activities. The courses of professional qualification open to all were a great novelty, especially for those already working in the catering and wine sectors, but also for lay wine-lovers or the simply curious.

Over forty years later, this movement has led to a major growth and a stimulating attention towards wine and in its quality, significantly raising the level of interest and giving a major boost to the domestic wine market.

Enhanced professionalism on the part of the sector operators, alongside an army of attentive, scrupulous and demanding wine-lovers

Questa presa di coscienza del legislatore trovò piena risposta nella produzione ma anche nel fruitore che percepì sempre più l'esigenza di capire questo mondo e il desiderio di avvicinarvisi con grande curiosità.

Oltre che sentirsi grande esperto di calcio ogni buon italiano si sentiva un grande esperto di vino e provetto degustatore. Dietro questa spinta e motivazione il 7 luglio 1964 nasceva a Milano, per rispondere a questo crescente interesse, l'Associazione Italiana Sommelier.

Già dai primi tempi dalla fondazione l'AIS si collocò nel mondo del *food & beverage* come Associazione che si imponeva per la valorizzazione della produzione italiana e per la sua attività formativa.

Grande fu la novità dei corsi di qualificazione professionale aperti a tutti, in particolare a coloro che erano inseriti nel mondo della ristorazione e del vino, ma anche per quanti del vino erano semplicemente appassionati o curiosi.

Questo movimento ha portato, a distanza di oltre quarant'anni, a una crescita e a una stimolante attenzione per il vino e la sua qualità, alzando notevolmente il livello d'interesse e potenziando il mercato del vino interno.

Una maggiore professionalità da parte degli operatori e un esercito di attenti,

scrupolosi ed esigenti *wine-lovers* hanno, nel tempo, portato a cambiare radicalmente l'approccio sia nella produzione sia nel consumo del vino.

La grande novità che l' AIS metterà in campo nei primi anni Ottanta è la metodologia per favorire un approccio fra l'abbinamento del cibo con il vino. Proprio questa tecnica diverrà, poi, il caposaldo della formazione di tutti i sommelier italiani, esercitando, innegabilmente, una fortissima influenza sul gusto e sulla scelta del vino a tavola.

Non è più l'emozionalità o la tradizione o magari il «sentito dire» che muove e indirizza un accostamento fra il vino e una pietanza, ma una serie di principi che per l' AIS è la contrapposizione o la concordanza della percettibilità delle sensazioni gusto-olfattive del vino e della preparazione culinaria.

Tornando agli anni Ottanta il vino di qualità aveva connotazioni molto diverse dalle odierne, titoli alcolometrici molto modesti, acidità più spinte, colori meno fitti, ma certamente un'eleganza mutuata da un equilibrio di fondo, che non passava necessariamente dalla morbidezza glicerica. Insomma il motto era eleganza e non forza a tutti i costi.

Se rivediamo le etichette di grandissimi vini possiamo leggere, attraverso gli



ers, has led to radical changes in the approach to both the production and the consumption of wine.

The major novelty that the AIS brought into play in the early 1980s was the method for fostering an approach to food and wine matches. It was precisely this technique which went on to become the cornerstone in the training of all Italian sommeliers, undeniably exerting an extraordinary influence on taste and the choice of wine at the table.

It is no longer feelings or tradition or even hearsay that direct and guide the matching of a wine and a dish, but a series of principles which, for the AIS lies in the contrast or har-

mony of the perceptible sensations of taste and smell between the wine and the culinary preparation.

To go back to the 80s, the attributes of quality wine at the time were very different from what they are now: very modest alcoholic strengths, stronger acidity, less intense colours, but undoubtedly an elegance born of a basic equilibrium not necessarily caused by a glyceric softness. In a word, the motto was elegance and not strength at all costs.

If we look back at the labels of the great wines, we can see the eyes of the modern-day taster grow round in amazement at the declared alcohol content. I recall having recently

Fig. 8.5b Olletta in vetro triansata. Da Damasco (Siria). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi III sec. d.C.

Fig. 8.5b Olla three-handled. From Damascus (Syria). Firenze, Museo Archeologico Nazionale Early III century a.C.

occhi dell'attuale degustatore, stupore per l'alcol dichiarato. Mi ricordo di aver recentemente degustato, per ben due volte, il celeberrimo Chateau Mouton-Rothschild 1985, annata straordinaria, che dichiarava, nell'etichetta venduta in Europa, una gradazione di 11,5%, mentre in quella per gli USA del 12%. Nonostante il tenore alcolometrico fosse modesto il vino era ancora emozionante per ricchezza e piacevolezza. A conferma di ciò possiamo leggere dall'Atlante mondiale dei vini di Hugh Johnson, edito nel 1989, «nell'anno '800 Lafite [Chateau Lafite-Rothschild, nda] 9-10°, [...] invece dei 12° che oggi ci aspettiamo». Ma quando si sconvolge questo trend e come cambia il gusto del consumatore? Certamente la rivoluzione è avvenuta quando sono entrati in campo, a pieno titolo, le produzioni dei Paesi emergenti nel mondo del vino, come per esempio l'Australia, con crescite esponenziali di produzione e aggressività sul mercato internazionale.

I vini di questi Paesi caldi avevano una naturale propensione verso la mor-

bidezza, la stessa morbidezza e facilità di approccio che stava facendo proseliti «wine lovers» in tutto il mondo.

Nasce subito una dualità.

Da una parte i vini a denominazione di origine rappresentavano la strategia principale della viticoltura europea (detta anche del Vecchio Mondo), basata sul concetto che territorio, clima, storia e uomini diversi producono vini diversi e dunque inimitabili. Dall'altra, in contrapposizione, come un alter ego, la viticoltura del cosiddetto Nuovo Mondo con un'offerta mondiale di vini, prodotti da una manciata di vitigni universali, dai gusti riconoscibili e talvolta fin troppo standardizzati.

Questo fenomeno, conosciuto come *varietalism*, fino a ora ha rappresentato il segno più tangibile della globalizzazione del mercato mondiale del vino.

In risposta all'avanzamento delle produzioni extraeuropee, la Toscana ha messo in campo una serie di vini innovativi, un po' sradicati dalla tradizione o dalle pastoie legislative delle DOC, che

tasted, not once but twice, the celebrated Chateau Mouton-Rothschild 1985, a most extraordinary year, the European label for which declared an alcoholic strength of 11.5% and that for the USA of 12%. Despite the modest alcohol content the wine was still stirringly rich and pleasant. As a further confirmation of this, we read in *The World Atlas of Wine* by Hugh Johnson, published in 1989, «in the year '800 Lafite [Chateau Lafite-Rothschild] 9-10°, [...] instead of the 12° that we would expect today)». But when did this shift in trend occur and how did the consumer's taste change? There is no doubt that the revolution took place when the production from emerging wine-growing countries entered the fray, such as Australia, for example, with exponential growth in production and aggressive strategies on the international market. The wines of these hot countries had a natural propensity to softness, the same softness and ease of approach that was garnering ranks of nouveau wine-lovers all over the world.

This immediately generated a dualism.

On the one hand the designation of origin wines represented the principal strategy of European viticulture (also known as Old World production), based on the concept that territory, climate, history and different people give rise to different wines, that are hence inimitable. On the other hand, in opposition like an alter ego, was the viticulture of the so-called New World, with a global offer of wines produced from a handful of universal grape varieties, of recognisable flavour and at times even overly standardised. This phenomenon, known as «varietalism», is to date the most tangible sign of the globalisation of the world wine market.

In response to the advance of non-European production, Tuscany brought into play a series of innovative wines, somewhat detached from tradition or from the legislative trammels of the DOCs, which gave life to the *Supertuscans*. All of this came about through a sort of «wine and vine renaissance» that be-

danno vita ai *Supertuscans*. Il tutto nasce anche da una sorta di «rinascimento enologico e viticolo» che vedeva da subito un rinnovamento dei vigneti con una maggiore attenzione ai sestri d'impianto e sistemi di allevamento oltre alla selezione di più interessanti biotipi di vitigno, qualitativamente più validi. Da qui una corsa alla ricerca sulle uve autoctone e l'adattabilità di quelle alloctone oltre a nuove sperimentazioni, anche in campo enologico, con metodologie innovative nella vinificazione e nell'elevamento del vino in legno, introducendo a pieno titolo l'utilizzo della barrique francese.

Da qui la nascita di nuovi marchi e vini di cui i produttori divenivano direttamente garanti nei confronti del consumatore del *brand* che stavano imponendo sul mercato, creando così un filo diretto e fiduciario con il fruitore ultimo.

I vini che nascevano non rispondevano ad alcun disciplinare produttivo e, anzi, molti di questi avevano i natali in aree fino a quel momento sconosciute per una produzione di altissima qua-

lità: nasce la Toscana del mare, con gli importanti esempi di Bolgheri e della Maremma.

L'esemplificazione di questa rivoluzione vitivinicola è personificata con il fenomeno di Sassicaia. Un vino che nasce grazie alla caparbia e convinzione del Marchese Mario Incisa della Rocchetta nel ricercare e dare voce al *genius loci* bolgherese, il Cabernet Sauvignon.

Con la scoperta della grande rivelazione enoica di Sassicaia, prende voce e spessore tutta la costa tirrenica toscana, lanciata così nell'olimpico delle aree vocazionali più importanti del mondo per i vini rossi di altissima qualità. Proprio in virtù di questa «rivoluzione viticola ed enoica», si mette mano, ancora una volta, alla legge sulle denominazioni, partorendo una nuova classe di vini, quelli a «Indicazione Geografica Tipica (IGT)».

Tutta questa esperienza ha, poi, direttamente influenzato anche le roccaforti delle denominazioni d'origine, portando, in seguito, sostanziali revisioni dei disci-

gan with a renewal of the vineyards, paying greater attention to the planting layout and the systems of training in addition to the selection of more interesting variety biotypes, more valid in quality terms. This gave rise to a race in search of indigenous grapes and studies of the adaptability of the allocthonous varieties as well as new experiments, even in the oenological field – using innovative methods for vinification and for ageing the wine in wood, introducing the ubiquitous use of the French barrique.

This led to the birth of new brands and wines for which the producers became the direct guarantors in relation to the consumers for the brand they were launching on the market, thus setting up a direct link of loyalty with the end user.

The wines that emerged were not governed by any production guidelines, and indeed many of them were grown in areas previously unknown for any high-quality production: the Tuscan coastal area stole the lime-

light, with the shining examples of Bolgheri and the Maremma.

The epitome of this winegrowing revolution is embodied in the Sassicaia phenomenon. A wine that came into being thanks to the stubborn conviction of Marquis Mario Incisa della Rocchetta in seeking and giving voice to the *genius loci* of Bolgheri: the Cabernet Sauvignon. The discovery of the staggering wine sensation of Sassicaia rippled outwards, boosting the worth and significance of the entire Tyrrhenian coast of Tuscany, which shot into the echelons of the most important production areas in the world for red wines of absolute top quality. It was precisely by virtue of this «vine and wine revolution» that the designation of origin legislation was again reviewed, this time generating a new class of wines, those of the «Typical Geographical Indication» (IGT). All this experience, then, has also had a direct influence on the bastions of the designations of origin, leading subsequently to substantial revisions of the specification

plinari, dei comportamenti e delle metodologie di vinificazione.

Anche la cucina ha avuto radicali trasformazioni.

La nascita nel 1973 della «nouvelle cuisine», con Gault e Millot – che aveva come punti cardine la semplificazione del menu, l'utilizzo di materie prime di alto livello, l'applicazione di principi dietetici e salutisti, creatività nelle preparazioni delle ricette e delle presentazioni dei piatti e, poi, il relativo riflusso di tale movimento – evidenziò la mancanza di una vera coerenza con i principi enunciati. Molti si improvvisarono nuovi talenti del Movimento, in cui bastava ostentare materie prime costosissime per la realizzazione di piatti di alta cucina.

Nel piatto niente o poco per quanto riguarda le porzioni, ma conti salatissimi.

In Italia, dopo questa ondata modaiola, i nostri chef, prendendo quel che c'era di buono nel messaggio di Gault e Millot, hanno apportato una semplificazione nei piatti alleggerendo, sicuramente, l'impat-

to calorico e bilanciando le tensioni saporifere di una pietanza. Si è verificata, inoltre, la riscoperta dell'olio extravergine d'oliva, delle materie prime locali e dei prodotti d'eccellenza italiani.

L'evoluzione gastronomica, in campo internazionale, ha visto anche l'imposizione della cucina concettuale o destrutturata del cuoco catalano Ferran Adrià, dove il piatto perde completamente la tradizionale riconoscibilità visiva, riacquistando quell'identità attraverso il gusto finale e i sapori.

I cibi, che a volte hanno l'aspetto di un'opera astratta, vengono serviti in micro porzioni creando un'armonia dei cinque sensi. Qui il cuoco non solo assume il ruolo di «evocatore sensoriale», ma si pone anche quale creatore di emozioni e di stimolazioni cerebrali nei confronti del fruitore che deve razionalizzare il piatto.

Le materie prime non hanno più confini per questi chef: è proprio l'esaltazione della globalizzazione della cucina attraverso la fusione di tradizioni lontane

guidelines and of the approaches and methods of vinification.

Radical changes have taken place in cuisine too.

In 1973 came the birth of the «nouvelle cuisine» with Gault and Millot – the crucial features of which were the simplification of the menu, the use of top quality raw ingredients, the application of healthy dietary principles, creativity in the preparation of the recipes and the presentation of the dishes. This was followed by the respective ebb of the movement, which highlighted the absence of any real consistency with the declared principles. Lots of people claimed to be the new talents of the *nouvelle cuisine*, where all that was called for was ultra-expensive raw materials for the creation of haute cuisine dishes. Little or nothing on the plate, minimalist portions, the only substantial thing being the bill.

In Italy, following the tidal wave of the trend, our chefs took what was worthwhile from the

message of Gault and Millot and simplified the Italian dishes, undoubtedly alleviating the caloric impact and balancing the flavour tensions of the dish. Moreover, there was also a rediscovery of extra-virgin olive oil, of local raw materials and of Italian products of excellence.

On the international scene the gastronomic revolution brought with it the consolidation of the conceptual or deconstructed cuisine of the Catalan chef Ferran Adrià, where the dish was completely divested of its traditional visual recognisability, reacquiring identity through the final taste and the flavours. The foods, which at times have the appearance of an abstract work of art, are served in micro-portions that generate a harmony of the five senses. Here the chef no longer plays the role of a mere «evoker of sensations», but also operates as a creator of emotions and cerebral stimulus in relation to the diner or consumer, who is called upon to rationalise the dish.

For these chefs, raw materials know no bounds: it is precisely the accentuation of the

e di materie prime provenienti da ogni luogo. Proprio in questa ottica si verificano forti ammiccamenti di molti chef nell'amalgamare, attraverso una cucina *fusion*, mediazioni ed esperienze gastronomiche dei cinque continenti, dove l'ibridazione delle materie prime e delle preparazioni divengono avanguardia. Sempre nell'ottica dell'avanguardia ha trovato proseliti e spazio anche la cosiddetta cucina molecolare, che si basa su principi chimico-fisici per ottenere nuove consistenze delle vivande, mantenendo però lo stesso gusto del cibo.

Il cuoco molecolare è sempre più un «fisico» e un «dietologo» che cerca l'espressione della propria cucina: l'obiettivo di rendere le pietanze più leggere dal punto di vista calorico e digeribili, senza peraltro perdere in soddisfazione del palato.

In tutta questa fucina di idee ha trovato sempre più spazio l'influenza estetica dello stile giapponese con presentazioni essenziali e molto schematiche, legate a linee geometriche nette, poste in piccoli

piatti o la riscoperta dell'essenzialità attraverso il «minimalismo culinario» che utilizza le materie prime servite crude.

In questo ammiccamento verso la globalizzazione, il mondo del vino è stato travolto completamente basta dare un'occhiata alla Top 100 che, ogni anno, pubblica la rivista «Wine Spectator».

Negli ultimi tre anni i vini del Nuovo Mondo hanno rappresentato il 22% del totale. A chi si domanda dove stia il segreto che ha fatto emergere queste aziende dall'universo varietale, a rischio di standardizzazione, la risposta sembra essere una sola: il legame con l'Europa, una partnership, un enologo, un produttore di stampo europeo, o influenzato dalla cultura vitivinicola del Vecchio Mondo e, nei casi più longevi, anche un principio di radicamento al territorio che ha iniziato a portare risultati positivi.

Il nuovo consumatore extraeuropeo ha, per molto tempo, premiato vini molto concentrati, in cui l'uso del legno è smo-

globalisation of cuisines through the fusion of distant traditions and of raw materials from the four corners of the earth. Here with a lot of nudging and winking, chefs exploit the fusion cuisine to amalgamate gastronomic approaches and experiences from the five continents, and the hybridisation of the raw materials and the preparations become state-of-the-art. Similarly the so-called molecular cuisine – which is based on chemical-physical principles and aims at obtaining new consistencies of food while maintaining the same flavour – has been devoted considerable attention and has claimed its disciples. The molecular chef is increasingly more a «physicist» and a «dietician», seeking the expression of his or her cuisine, the objective being to render the dishes lighter in terms of calories and digestibility, without relinquishing any gratification of the palate.

In this great melting-pot of ideas the aesthetic influence of the Japanese style has become increasingly evident, in the form of essential and highly schematic presentations,

defined by clear geometrical lines, set upon small plates, or the rediscovery of the essential through «culinary minimalism», in which the foods are served raw.

The world of wine has been utterly swept up in this thrust towards globalisation: suffice it to take a look at the Top 100 published every year by the «Wine Spectator» magazine.

Over the last three years the wines of the New World have accounted for 22% of the total. To those who ask what it is that has allowed these companies to emerge from the varietal universe threatened by standardisation, there appears to be only one answer: the link with Europe. In other words, a partnership, an oenologist, a producer of European stamp or influenced by the winegrowing culture of the Old World and – in the more long-standing cases – also an initial rooting within the territory that has begun to bear fruit.

The new non-European consumer has, for a long time, favoured highly concentrated



Fig. 8.6 Bicchiere cilindrico in vetro. Da Cipro. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. I-II sec. d.C.

Fig. 8.6 Tapered glass tumbler. From Cyprus. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. I-II century a.C.

wines that feature a disproportionate, almost characterising, use of wood. In such cases the wines have to reflect a muscularity that is only apparent, for a rapid consumption aimed at the immediate satisfaction of the palate, in which high alcoholic strength becomes the prime requirement demanded.

So the wines of globalisation have undertaken a trend towards being extremely pleas-

ant and soft («jammy wines») but without the scruple of representing the expression of an origin. This is «fast drinking» – namely the demand to encounter no taste of bitterness in a wine – precisely in view of this new, contemporary practice of consuming wine without food as a feature of socialisation in the wine-bars.

In this way, oenological projects too are distorted in the attempt to create products

dato, quasi caratterizzante. In quest'ottica i vini devono rispecchiare quella muscolosità fatta solo di apparenza per un consumo veloce atto all'immediato appagamento del palato, dove le alte gradazioni alcoliche divengono la prima caratteristica richiesta.

Così i vini della globalizzazione hanno intrapreso un trend verso l'essere estremamente piacevoli e morbidi («vini marmellata») senza peraltro avere lo scrupolo di rappresentare l'espressione di una provenienza. È il «fast drinking»: la necessità, cioè, di non trovare nel gusto di un vino alcuna asperità, proprio per questa nuova e contemporanea abitudine nel consumo del vino fuori pasto inteso come elemento di socializzazione nei winebar.

In tal senso anche i progetti enologici vengono stravolti cercando di creare prodotti subito pronti, anzi maturi, immediatamente godibili a pieno da parte di un consumatore che non sappia aspettare o cogliere il momento e l'abbinamento in tavola più idoneo, nel rispetto di un vino frutto di un *terroir* o di una tradizione vitivinicola.

In questa corsa all'interpretazione di tale richiesta di mercato è esemplare, nella fascia *massmarket*, il caso dello Yellow Tail (Coda Gialla), un Syrah australiano prepotente e intenso, cosmopolita e alternativo che è in vendita anche nei nostri supermercati a un prezzo altamente concorrenziale. Anche le piccole produzioni, come il fenomeno dei «vin de garage» di Pomerol, stanno ricalcando quella tensione produttiva che vede nella concentrazione del colore, del profumo e del gusto la chiave interpretativa del successo internazionale. Vini muscolosi e pieni, dove la forza e la morbidezza sono la spina dorsale del prodotto. È proprio il Bordeaux a raccogliere questa sfida interna, rafforzando anche le produzioni apicali qualitative che hanno fatto la storia del territorio, facendo quasi rendere irriconoscibili i vini di Margaux e la classica eleganza di alcuni altri vini del Medoc o di St. Emilion.

In questa progressione, proprio oggi, si vede una certa incrinatura, quasi un ritorno all'identità perduta, alla ricerca

that are immediately ready, or rather mature, that can be immediately fully enjoyed by a consumer who can't wait, or who cannot grasp the right moment or the most suitable food match in relation to a wine that is fruit of a specific *terroir* or winegrowing tradition.

In the race to interpret this market request an emblematic case, in the supermarket bracket, is that of the Yellow Tail, an overweening and intense Australian Syrah, cosmopolitan and alternative, on sale in Italian supermarkets at a highly competitive price. Even small-scale productions, such as the phenomenon of the Pomerol «vins de garage» are pursuing that productive tension that sees in the concentration of colour, perfume and flavour the key to international success. Full-bodied and muscular wines, in which strength and softness are the backbone of the product. It is precisely the Bordeaux that has taken up this domestic

challenge, strengthening even the top-quality productions that have made the history of the territory, rendering the wines of Margaux almost unrecognisable and distorting the classic elegance of other wines of Medoc or St. Emilion.

At this very moment, however, we are beginning to see a certain cracking in this new mould, almost a return to a lost identity, to the quest for elegance. This signifies a rediscovery and a retrieval of the identity of the *terroir*, the only major justification of the higher costs of the wines of «Old Europe» on the international market.

It is the victory of the minor grape varieties, at least in terms of a rediscovery, of an organic cultivation that is attentive to the health of the consumer and, undoubtedly, the recognisability of a territory through a wine.

dell'eleganza. Questo significa una riscoperta e una ricerca d'identità del *terroir*, unica grande giustificazione dei costi più alti sul mercato internazionale dei vini della «Vecchia Europa».

È la rivincita dei vitigni minori, almeno nell'ottica di una riscoperta, di un'agricoltura biologica, attenta alla salute del consumatore e, sicuramente, la riconoscibilità di un territorio attraverso un vino.

Proprio questa formula sarà vincente poiché è completamente slegata dall'effimera affermazione modaiola di un trend gustativo, considerato che il *terroir* – la sommatoria dell'ambiente pedoclimatico, la sua interpretazione da parte della vite e la tradizione che il vignaiolo porta – vince sempre, nel tempo, e trova sempre un pubblico attento che premierà questa scelta.

Ciò significa originalità, mantenendo quel *know how* territoriale storico che ha contraddistinto una produzione vitivinicola. Sarà la rivincita del *localism* contro un *globalism* diffuso, una sorta di riaf-

fermazione di una produzione di nicchia, che garantisce una propria identità. Per dirla con due esempi eclatanti: la vittoria di Romanee-Conti contro Penfolds Grange, il primo un Pinot noir borgognone proveniente da un minuscolo appezzamento di 1,8 ha, il secondo una selezione qualitativa aziendale di un Syrah australiano proveniente da tre macro-aree produttive come Barossa Valley, Coonawarra, McLaren Vale e Magill.

Rivincita del *terroir* significa rivincita dei vignaioli e del vino, che esprime la qualità della materia prima, cioè la fruttuosità dell'uva. Non significa peraltro che sia tramontata l'era dell'uso del legno, ma che si debba ricondurre la botte a un mezzo per esaltare le proprietà organolettiche di un vino, figlio di una tradizione, di una cultura e di un'area geografica senza caratterizzarlo nell'omologazione di un gusto che, inevitabilmente, può cambiare secondo un trend di moda.

Le tappe per quest'affermazione sono già in atto, come il ritorno all'ab-

It is precisely this that will be the winning formula, since it is completely detached from the ephemeral fashionable success of a trend in taste, considering that the *terroir* – that is the sum of the soil and climate conditions, the interpretation of this environment by the vine and the tradition embodied in the winegrower – always wins out, in the end, and always finds an attentive public that will reward this choice.

This means originality, maintaining that historic territorial know-how that has always distinguished winegrowing. It will be the victory of localism over rampant globalism, a sort of reconfirmation of a niche production that guarantees a specific identity. To express it through two major names: the victory of Romanee-Conti over Penfolds Grange, the former a Pinot noir burgundy originating from a minuscule plot of 1.8 hectares, the second a qualitative estate selection of an Australian Syrah originating from three production macro-areas such as Barossa Valley, Coonawarra, McLaren Vale and Magill.

The victory of the *terroir* means the victory of the winegrowers and of the wine which expresses the quality of the raw material, that is the fruitiness of the grape. Nor does this mean that the days of the use of wood are over, but rather that we have to bring the cask back to being a means of enhancing the organoleptic properties of a wine, which is the product of a tradition, a culture and a geographical area, and not of characterising it in the standardisation of a taste that, inevitably, can change in line with a fashion trend.

The phases on the road to this reconfirmation are already under way, such as the return to the matching of wine and traditional cuisine, which is generated by the retrieval of local recipes and raw materials; a lowering of the alcohol content of wines, a «beneficial» rediscovery of hardnesses of taste (freshness and tannins), calling for a control of the evolution of the wines in barriques (less toasty or woody hints).

This new movement also witnesses the advance and revival of the white and rosé

binamento fra il vino e la cucina tradizionale, che trae origine dal recupero delle ricette e delle materie prime locali; un abbassamento del tenore alcolico dei vini, una riscoperta «benefica» delle durezze gustative (freschezza e tannicità), esigono un controllo dell'evoluzione dei vini in barrique (meno sentori tostati o *boisé*).

Questo nuovo movimento vede anche la crescita e la ripresa dei vini bianchi e rosati con una particolare attenzione sia nel bere light, sia nella fruizione più propriamente alimentare della bottiglia di vino. A tale proposito si verifica la riscoperta e l'attenzione al rapporto qualità-prezzo, sempre nella visione del rispetto di una produzione altamente riconoscibile e caratterizzata da un connubio con il territorio di provenienza.

Vorrei concludere con una riflessione di Nicolas Belfrage, un famoso *Master of wine* molto attento alla produzione vitivinicola italiana:

wines, with a particular attention both to 'light' drinking and to the more strictly nutritional use of the bottle of wine. In this regard there is also a renewed attention towards the price-quality ratio, always within the vision of a highly recognisable production characterised by a connection with the territory of provenance.

I should like to conclude by citing a remark made by Nicolas Belfrage, a famous Master of Wine who is extremely attentive to Italian wine production:

What is now judged, often negatively, as internationalisation, began in the early Seventies, as part of a project to redeem the Tuscan wines so that they could emerge from the abyss that they had fallen into. At that time you had to add a bit of Cabernet to a Sangiovese that was generally of low level, and the refinement in barriques appeared like a

Quello che oggi viene giudicato, spesso negativamente, come internazionalizzazione, ebbe inizio nei primi anni Settanta, come parte di un progetto per riscattare i vini toscani e farli risalire dall'abisso in cui erano caduti. A quell'epoca era necessario aggiungere un po' di Cabernet a un Sangiovese che era generalmente di basso livello, e l'affinamento in barrique apparve come un toccasana rispetto alle puzze e al sentore di sporco conferito da vecchie botti nelle quali tantissimi vini perdevano ogni loro aspetto e piacevolezza di frutto e assorbivano riduzioni e puzze. Oggi la situazione si è rovesciata, e l'internazionalizzazione è la maledizione e la nemesi di molti moderni vini toscani, e si traduce in una marea di vini che hanno sentori di uve francesi e di legno profumato, vini progettati per compiacere il gusto e catturare il consenso di critici esteri (soprattutto americani) e non con l'obiettivo di cogliere ed esaltare la loro identità profonda ed essenza, che si può oggi perseguire grazie alla mole di ricerche, sperimentazioni, prove condotte in ogni campo, obiettivo raggiunto pienamente come un numero crescente di vini di grande qualità ed eleganza.

panacea as opposed to the stench and the smell of dirt given by the old casks in which so many wines completely lost their appearance and any fruity pleasantness, becoming reduced and absorbing stench. Now the situation is completely the opposite, and internationalisation is the curse and the nemesis of many modern Tuscan wines and is translated into a whole array of wines that have the savour of French grapes and perfumed wood. These are wines designed to gratify the palate and gain the consensus of foreign critics (especially American) rather than with the objective of grasping and enhancing their profound identity and essence, which we can pursue today thanks to the vast amount of research, experimentation and tests carried out in every field, an objective that has been fully targeted as an increasing number of wines of great quality and elegance demonstrate.



Fig. 8.7

Fig. 8.7 Modiolus in terra sigillata. Provenienza Arezzo, S. Maria in Gradi. Produzione romana. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine I secolo a.C.-primi del I sec. d.C.

Fig. 8.8 Bocalino monoansato a pareti sottili. Da Tuscania. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Metà I sec. a.C.-metà I sec. d.C.

Fig. 8.9 Coppa biansata a pareti sottili. Da Tuscania. Firenze, Museo Archeologico Nazionale I sec. a.C.-I sec. d.C.

Fig. 8.10 Oinochoe in Terra Sigillata. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Età augustea.

Fig. 8.11 Coppa in Terra Sigillata. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. I sec. d.C.

Fig. 8.12 Piatto in Terra Sigillata italica. Da Arezzo. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. I sec. d.C.

Fig. 8.7 Terra Sigillata modiolus. From Arezzo, S. Maria in Gradi. Product of Rome Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late I century b.C.-Early years of the I century a.C.

Fig. 8.8 Small single-handed, thin waled jug. From Tuscania. Firenze, Museo Archeologico Nazionale Mid I century b.C.-mid I century a.C.

Fig. 8.9 Double-handed thin-walled cup. From Tuscania. Firenze, Museo Archeologico Nazionale I century b.C.-I century a.C.

Fig. 8.10 Terra Sigillata Oinochoe. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Augustan age.

Fig. 8.11 Terra Sigillata Cup. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. I century a.C.

Fig. 8.12 Italic Terra Sigillata dish. From Arezzo. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. I century a.C.



Fig. 8.8

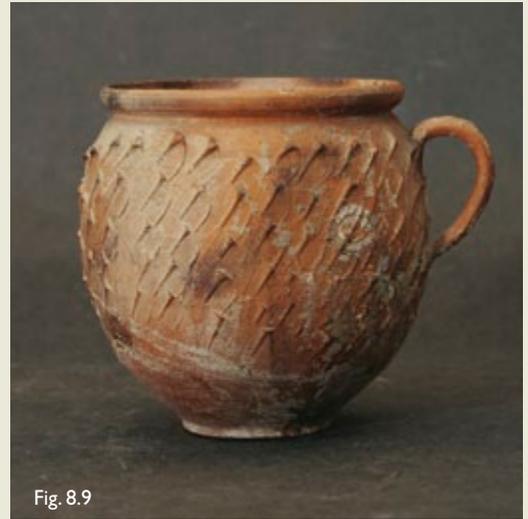


Fig. 8.9



Fig. 8.10



Fig. 8.11



Fig. 8.12



Fig. 8.13



Fig. 8.14

Fig. 8.13 Coppa carenata su piede in Terra Sigillata. Arezzo, Museo Archeologico Nazionale. I sec. d.C.

Fig. 8.14 Coppa emisferica in terra sigillata. Da Arezzo. Arezzo, Museo Archeologico Nazionale. I sec. d.C.

Fig. 8.13 Terra Sigillata footed and ridged cup. Arezzo, Museo Archeologico Nazionale. I century a.C.

Fig. 8.14 Terra sigillata hemispheric cup. From Arezzo. Arezzo, Museo Archeologico Nazionale. I century a.C.

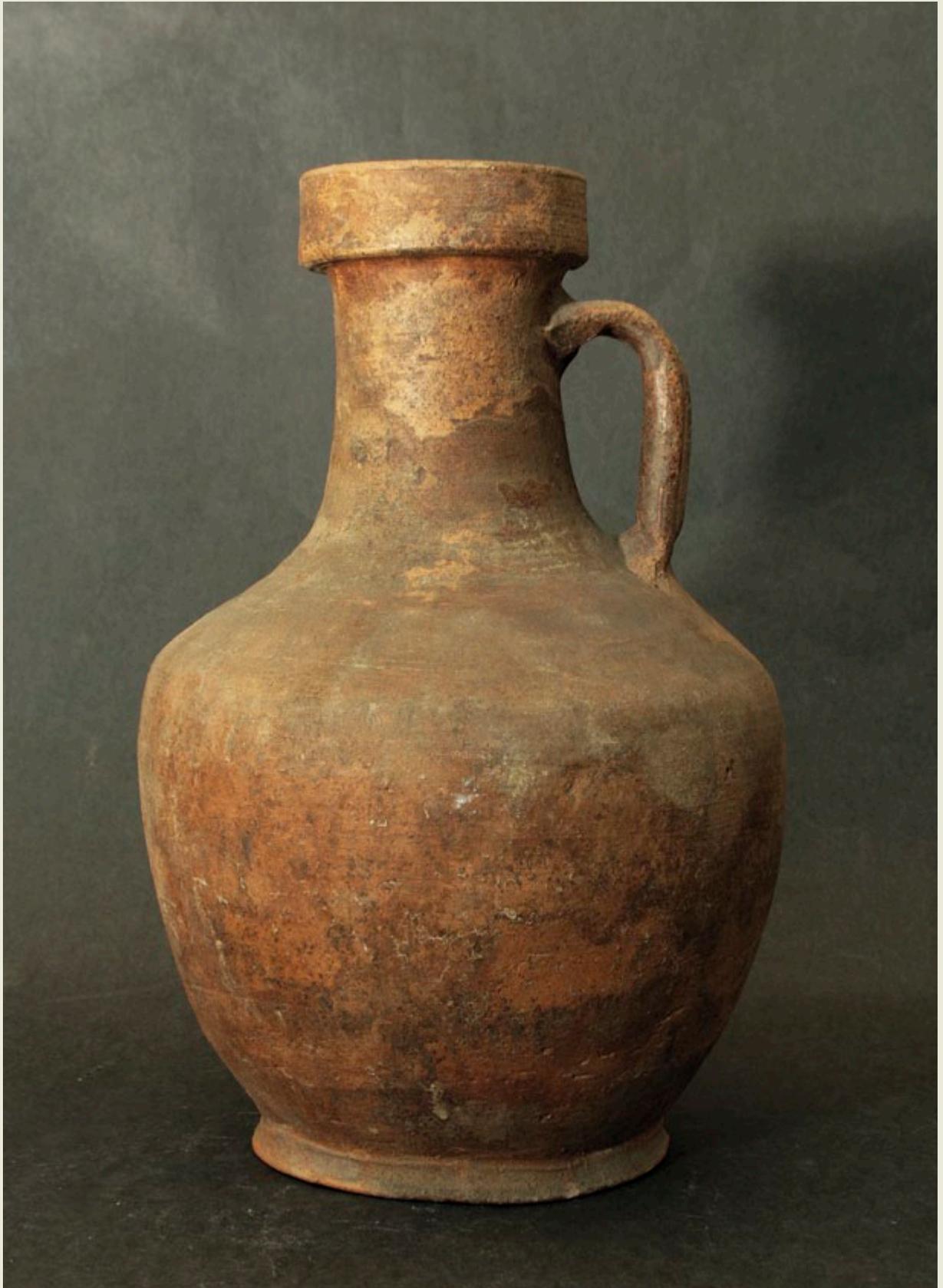


Fig. 8.15 Brocca d'impasto. Da Toscana. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-I sec. a.C.
Fig. 8.15 Paste jug. From Tuscany. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-I century b.C.



Fig. 8.16



Fig. 8.17



Fig. 8.18

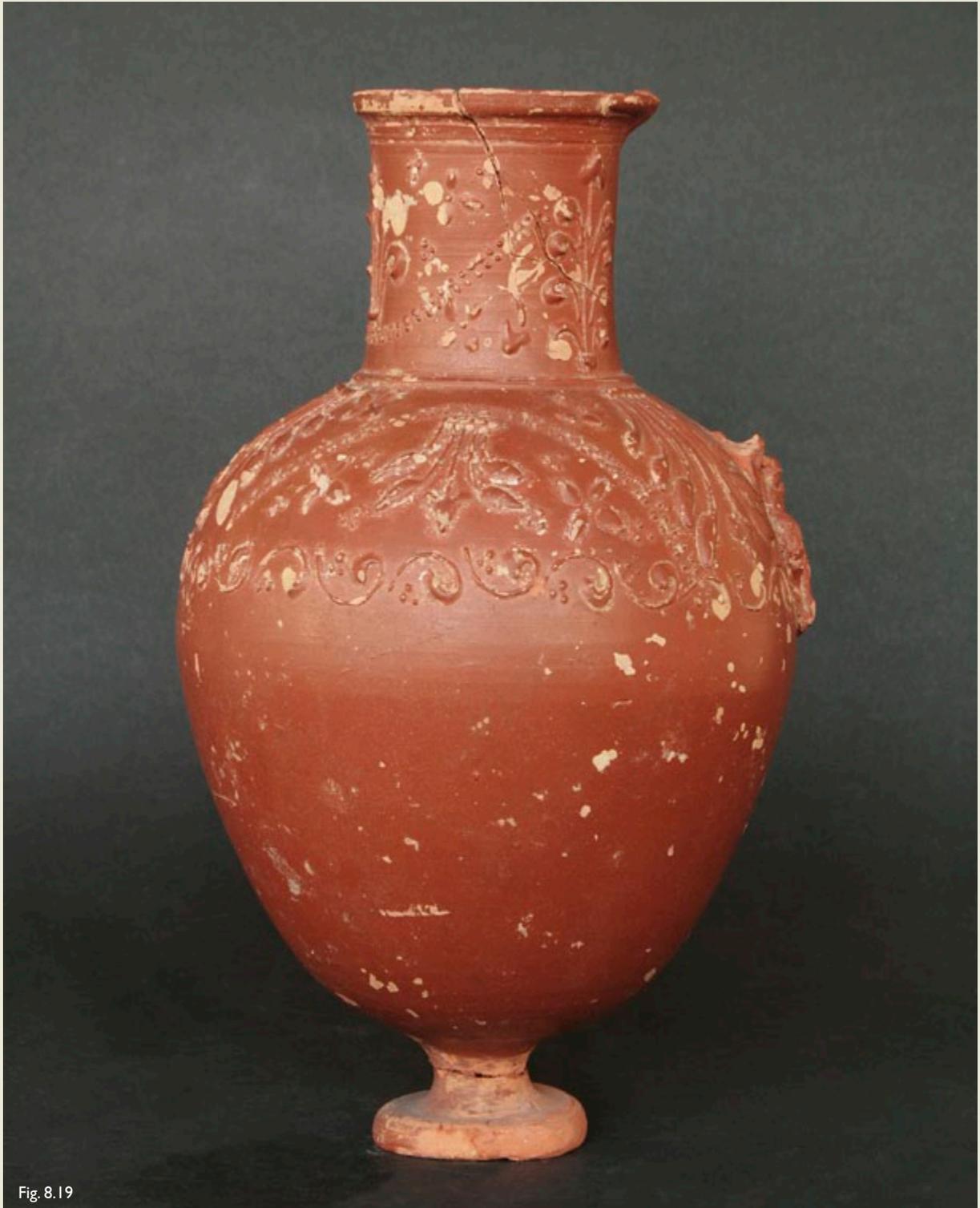


Fig. 8.19

Fig. 8.16 Bicchiere ovoidi a pareti sottili. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Metà I sec. a.C.-metà I sec. d.C.

Fig. 8.17 Olletta d'impasto. Da Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine IV-inizi III sec. a.C.

Fig. 8.18 Bicchiere in Terra Sigillata. Arezzo, Museo Archeologico Nazionale. I sec. d.C.

Fig. 8.19 Oinochoe in Terra Sigillata. Produzione romana Museo Archeologico Gaio Cilnio Mecenate, Arezzo. Fine I sec. a.C.-primi anni I sec. d.C.

Fig. 8.16 Eggs-shaped, thin walled tumbler. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Mid I century b.C.-Mid I century a.C.

Fig. 8.17 Small past Olla. From Populonia. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late IV-Early III century b.C.

Fig. 8.18 Terra Sigillata tumbler. Arezzo, Museo Archeologico Nazionale. I century a.C.

Fig. 8.19 Terra Sigillata Oinochoe. Product of Rome. Museo Archeologico Gaio Cilnio Mecenate. Late I century b.C.-Early years of the I century a.C.



Fig. 8.20



Fig. 8.21



Fig. 8.22

Fig. 8.20 Brocchetta di ceramica invetriata. Da Qasr Shamamuk (Iraq). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III sec. d.C.

Fig. 8.21 Anfora di ceramica invetriata. Da Qasr Shamamuk (Iraq). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-III sec. d.C.

Fig. 8.22 Vasi da Simposio in ceramica invetriata. Firenze, Museo Archeologico Nazionale II-III sec. d.C.

Fig. 8.20 Glazed ceramic a jug. From Qasr Shamamuk (Iraq). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. III century a.C.

Fig. 8.21 Glazed ceramic amphora. From Qasr Shamamuk (Iraq). Firenze, Museo Archeologico Nazionale. II-III century a.C.

Fig. 8.22 Symposium glazed ceramic vases. Firenze, Museo Archeologico Nazionale II-III century a.C.



Fig. 8.23



Fig. 8.24

Fig. 8.23 Boccale trilobato in acroma depurata. Produzione fiorentina. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Seconda metà del XIII secolo d.C.

Fig. 8.24 Boccale trilobato in acroma depurata. Produzione fiorentina. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Seconda metà del XIII sec. d.C.

Fig. 8.23 Trilobate pouring jug, achromatic purified ceramic. Product of Florence. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Second half of the XIII century b.C.

Fig. 8.24 Trilobate jug, achromatic purified ceramic. Product of Florence. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Second half of the XIII century b.C.



Fig. 8.25a



Fig. 8.25b

Fig. 8.25a-b Boccale trilobato in maiolica arcaica. Produzione fiorentina. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Metà del secolo XIV d.C.
Fig. 8.25a-b Trilobate jug, archaic majolica, Product of Florence. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Mid XIV century b.C.



Fig. 8.26

Fig. 8.26 Boccale trilobato in maiolica arcaica. Produzione fiorentina. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Fine del XVI secolo d.C.

Fig. 8.27a-b Boccale trilobato in maiolica policroma. Produzione Montelupo Fiorentino. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi del XVI secolo d.C.

Fig. 8.28 Bobbale in maiolica rinascimentale. Produzione Bacchereto. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Terzo quarto del XV secolo d.C.

Fig. 8.29 Boccale trilobato in maiolica policroma. Produzione Montelupo Fiorentino. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Inizi del XVI sec. d.C.

Fig. 8.26 Trilobate jug, archaic majolica. Product of Florence Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Late XIV century b.C.

Fig. 8.27a-b Trilobate jug, polychrome majolica. Product of Montelupo Fiorentino. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Early XVI century b.C.

Fig. 8.28 Renaissance majolica. Product of Bacchereto. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Third quarter of the XV century b.C.

Fig. 8.29 Trilobate jug, polychrome majolica. Product of Montelupo Fiorentino Firenze, Museo Archeologico Nazionale. Early XVI century a.C.



Fig. 8.27a



Fig. 8.27b



Fig. 8.28

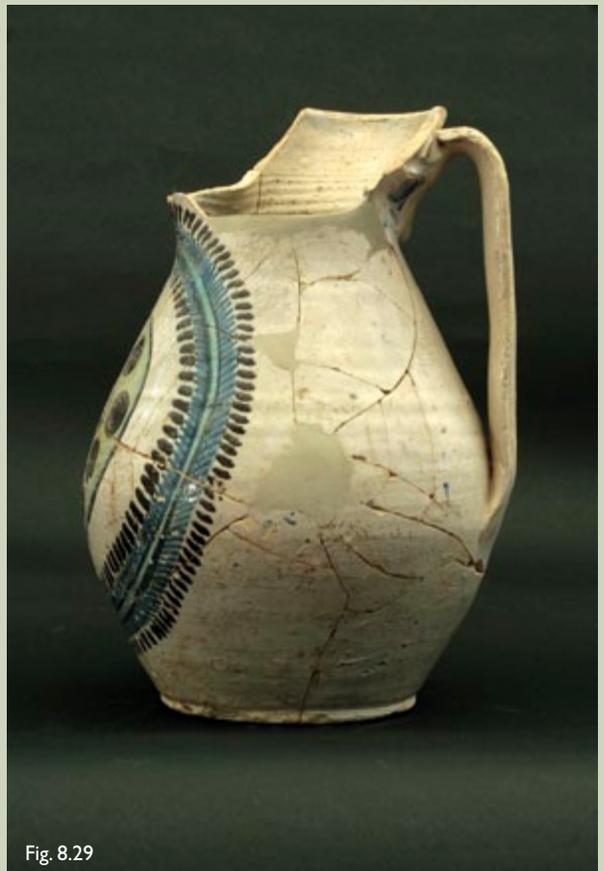


Fig. 8.29



Fig. 8.30 Boccali trilobati da mensa in ceramica acroma e in maiolica rinascimentale. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. XIII-XVI sec. d.C.

Fig. 8.30 Trilobate Jugs in achromatic and polychrome majolica. Firenze, Museo Archeologico Nazionale. XIII-XVI century a.C.



