

UNA VOCE PIÙ CHIARA E FORTE PER L'ENOLOGO

UN RESTYLING PER ESSERE PIÙ INCISIVI E APERTI

di Riccardo Cotarella e Giuseppe Martelli

”

Verba volant, scripta anche. Nell'era di internet e del villaggio globale il mondo della comunicazione è in piena rivoluzione e la più classica delle locuzioni latine va corretta perché non funziona più. Ognuno di noi è seguito, raggiunto, bersagliato dalla parola scritta sotto forma di e-mail, sms, newsletter, chat, social network. Un assordante rumore di fondo fatto di notizie, avvisi, pareri, opinioni che dicono tutto e il contrario di tutto, anche sul vino. Il filosofo francese Pierre Lévy auspica, alla fine dello scorso secolo, che internet fosse l'innescò per lo sviluppo di una coscienza e di un'intelligenza collettive. Ma l'overdose di informazione rischia di produrre solo mancanza di confronto e disinformazione. Cliccare sul tasto "mi piace" può fornire l'ebbrezza dell'interattività, ma è solo un'illusione, finché non c'è il tasto contrario, finché non c'è la possibilità di un'obiezione.

■ E se l'informazione diventa un bene di consumo individuale (ognuno con il suo telefonino o con il suo tablet), il vino, prodotto sociale per definizione, non può che soffrire. Tanto che il suo consumo è in calo in tutti i Paesi produttori.

■ Quanto di questo calo è legato alla cattiva informazione sul suo valore, sul suo gusto, sul suo prezzo, sul suo effetto sulla salute, sul metodo di produzione? Il paradosso dell'era dell'*information technology* è che il vino, frutto di una sapienza millenaria, ma anche di una costante innovazione tecnica, viene presentato come prodotto del tutto naturale, il suo legame con il territorio viene ritenuto spontaneo, e gli eventuali difetti presentati come caratteri virtuosi e distintivi.

■ Il ruolo dell'enologo rischia così di diventare un dettaglio del tutto secondario, sacrificato di fronte all'inaspettato ritorno dell'esaltazione dell'empirismo. Contrastare questa negativa tendenza fu, più di 120 anni fa, uno degli obiettivi che hanno portato alla nascita di questa rivista. *"Il nostro – scriveva Antonio Carpenè nell'editoriale del 18 maggio 1893 – sarà un periodico indipendente, che userà ogni mezzo possibile per mantenere alto il decoro di una classe di professionisti divenuta numerosa e utile..."*.

■ Un messaggio ancora assolutamente attuale, ma che va adattato ad una categoria che negli ultimi anni è cambiata notevolmente. Oggi la figura dell'Enologo moderno è rivolta a 360° al mondo del vino: non lo produce solo, lo vende, lo racconta, lo difende sui mercati di tutto il mondo. Si occupa di tecnologia, in cantina e anche in vigneto, di mercato e, appunto, anche di comunicazione.

■ La copia de L'Enologo che avete fra le mani è lo strumento, completamente rinnovato, che deve consentire tutto ciò, al centro di un sistema di informazione che comprende anche il sito dell'associazione (www.assoenologi.it). La rivista organo di Assoenologi vuole così saper parlare agli associati, per informarli sulle iniziative e sulle notizie utili per la professione, ma anche aprirsi maggiormente al confronto con chi è fuori dall'associazione.

■ Le nostre pagine saranno così aperte ai contributi di ricercatori di chiara fama, alle indicazioni dei più noti giornalisti e comunicatori internazionali, alle intuizioni dei più noti importatori mondiali e a chiunque voglia dare il proprio contributo per rendere la rivista più utile, autorevole, interessante. ■

Da destra:

Riccardo Cotarella e Giuseppe Martelli
Presidente e Direttore Generale dell'Associazione
Enologi Enotecnici italiani - Assoenologi



"Il *medium* è il messaggio" diceva Marshall McLuhan, il più importante studioso del mondo dell'informazione. Significa che nel mondo dei media la "forma" è già in buona parte "contenuto", e questo vale anche per questa rivista. Per fare sentire la propria voce non serve urlare più forte. Basta essere chiari, coerenti, informati, *intonati*. L'Enologo è stato "accordato" con questo fine: più colore, più livelli di lettura per ospitare più pareri, più voci. Più sintesi e più "grafica" per legare sempre le parole ai fatti. E per far sì che su L'Enologo *Scripta manent*.