



commentare le annate ha invitato Vincenzo Conticello, titolare della Antica Focacceria San Francesco di Palermo, ricostruendo un mercato rionale siciliano. Produttore noto per la sua lotta al racket della mafia, Conticello ha ancora una volta testimoniato il forte connubio tra cucina, gastronomia e la propria terra di appartenenza. Un altro esempio di co-marketing allineato alla filosofia dell'azienda veronese, in questo caso avvalorato anche dalla solidarietà con un uomo di solida tempra imprenditoriale e umana.

E per il 2009? Nadia Zenato ci anticipa una nuova svolta. «I riscontri sono ottimi, ma non ci fermiamo mai. Mi piacerebbe, in questo momento di crisi per il settore enologico, trasmettere un messaggio positivo e incoraggiante proprio a partire da questo evento che per noi è diventato una tradizione».

Monica Sommacampagna



L'etichetta che si s-piega

CLEMENTINA PALESE

Se il vino parla a suo modo – prima agli occhi, poi al naso e infine alla bocca, con il colore, gli aromi e il gusto –, è vero anche che spesso vogliamo saperne di più. Forte è la domanda da parte di appassionati e neofiti di informazioni più dettagliate, per sceglierlo, per abbinarlo, ma anche per conoscere i vitigni e i territori di produzione e anche – e sempre di più – quale è il «volto» di chi lo produce.

Insomma per «ascoltare» ciò che è nella bottiglia nella sua interezza – soprattutto se si tratta di un vino italiano da vitigni autoctoni che su questi elementi fonda la sua peculiarità – servono altre informazioni.

E per soddisfare questa esigenza è nato «Vino parlante», un progetto di comunicazione e promozione del vino italiano per rendere la degustazione una piacevole occasione di conoscenza. Come? Grazie ad una controetichetta multipagina staccabile dalla bottiglia, in cui vengono raccontate tutte le informazioni relative al vino che stiamo bevendo. Così a casa propria o al ristorante tra una portata e l'altra si può saperne di più e anche conservare le informazioni.

Sembra banale, e invece si tratta di una sorta di rivoluzione nella comunicazione del vino. Si tratta di un modo diretto di arrivare al consumatore finale per accompagnarlo nella scoperta di un vino e di tutto ciò che ci sta dietro e informarlo con garbo.

A inventarsi Vino Parlante sono

