

Intervista a Franco Ricci

D. BIBENDA. Perché?

Sono essenzialmente due le ragioni. Una rivista associativa ha i suoi limiti, otto anni di questa esperienza mi sono certamente serviti per organizzare un gruppo valente di giornalisti del vino dando un contributo ad AIS - grazie all'intuito di Edy Furlan - per rilanciare una pubblicazione ufficiale che stava spegnendosi. Ci siamo riusciti. Ora speriamo che l'Associazione ne faccia tesoro e buon uso.

La seconda ragione è quella che amo chiamare *"quadratura del cerchio"*. **DUEMILAVINI il libro Guida ai Vini d'Italia**, il successo dell'anno, aveva bisogno di una rivista che lo affiancasse. Bella ed elegante la Guida, così, quasi per genetica, nasce BIBENDA.

D. Questa nuova rivista è veramente nuova? Cosa la caratterizza?

Sono moltissimi gli argomenti caratterizzanti, ne tratterò solo alcuni. Innanzi tutto è una rivista **esclusivamente dedicata** al Vino ed è interamente realizzata da sommelier, docenti e professionisti **dell'A.I.S.** che usano un medesimo "linguaggio" per la descrizione delle analisi sensoriali.

La scelta controcorrente di non inserire la pubblicità la dice lunga sulla qualità del prodotto e sulla libertà dell'editore.

La presentazione costante di almeno un centinaio di etichette a numero, rende ogni fascicolo un prezioso compendio di istruzioni per l'uso. Se poi si pensa che gli approfondimenti vengono dalle penne più prestigiose del giornalismo del vino del mondo, è chiaro il nostro intendimento di voler offrire un prodotto ai veri appassionati, agli addetti ai lavori, ai sommelier.

E poi BIBENDA è bella. E lo sarà sempre di più, per i suoi lettori e per i suoi abbonati; questi ultimi, faranno parte di un Club virtuale dal quale potranno ottenere notizie e partecipazioni ad incontri sul vino in tutto il Paese.

D. Quale è lo stato di salute dell'A.I.S.?

Associazione Italiana Sommelier è una grande realtà alla quale il vino italiano deve moltissimo. È l'autentica associazione sommelieristica tanto imitata. Al suo interno, il 97% degli iscritti è rappresentato da coloro che si possono definire i fruitori della comunicazione del vino e da operatori che effettuano la professione. I restanti

dovrebbero essere gli organizzatori delle cose da fare sul territorio per rendere viva l'Associazione nel suo complesso.

Ecco, in una fase così importante per la cultura del vino in cui grande è il desiderio di saperne sempre di più sul lavoro delle donne e degli uomini che stanno dietro quella magica bottiglia - e **Vinitaly** ne è il grande riscontro - credo che si dovrebbe fare un po' di più e meglio in tutte le regioni d'Italia.

Sono convinto che AIS dovrebbe (e potrebbe) essere più presente con un'immagine maggiormente credibile. Il desiderio di non essere pressapochisti, deve diventare un fatto concreto e vero. Non può rimanere uno slogan.

Il mio augurio è che AIS si rinnovi in fretta per essere al passo coi tempi, e per essere sempre di più *leader della comunicazione del vino*.

Roma, aprile 2002