



La vernaccia è un aperitivo, un vino da tutto pasto, un vino da meditazione  
E' il vino più versatile del mondo, ma si beve sempre meno  
Ad Oristano e nella Valle del Tirso sua terra natale non si trova più nei bar  
Desidero tornare ad assaporarla, quella buona  
Ma bisogna che la gente la chieda  
Mi aiutate? Aiutate Lei?



**Prològo** da: [www.ilriccio.eu](http://www.ilriccio.eu)

[Vernaccia](#) è uno dei marchi più antichi e amati della nostra terra. Uno storico **frutto**, un vino di carattere vero dal gusto complesso di mare, di terra e di stagno

Dal carisma unico per essere unico

Il vino più celebre della Sardegna blasonato, amato, abbandonato. Da Bacco alla Legge [Bacchelli](#)

I produttori non sanno più venderla, non credo non vogliono. Ma questa è roba che si **propone**, non si vende. Non parliamo mica di un vino come gli altri, ma della cultura di [Eleonora](#), per buttarla in politica

Vernaccia è ormai dimenticanda anche ad Oristano sua terra natale, dove la gente non la chiede e gli anziani produttori, incapaci di comunicare al tempo d'oggi, stanno staccandole la spina

Ma lei non l'ha chiesto!

Lei è viva, vegeta, è solo un pò invecchiata e vuole uscire dalla grigia clinica dell'oblio per andare a **divertirsi** e raccontarsi nei palati delle persone, giovani e anziani, uomini e donne, turisti e cabraresi

Ne chiacchieravo con un caro amico produttore, una delle tante medaglie d'oro del recente [Vinitaly](#) quando dice: "Non incontra più i **gusti** della gente". E lì le braccia si frantumano a terra

Aperitivo perfetto, impeccabile con le sue pietanze, a **pennello** con i dolci di mandorla, mi sento opporre argomentazioni tecniche che solo i cantinieri possono eccepire. Ma alla gente, a chi *sa crannazzedda* se la gusterebbe, quello non interessa proprio

Vernaccia ha in sè tanta storia da **narrare**, tanto fascino da esprimere ma l'antico è confuso con il vecchio. Non si reagisce, si preferisce aggiornare. Sento: "Questo vino va meglio da quando abbiamo tolto la dicitura "Vernaccia". Blasfemo

Penso: "se la gente ha questa percezione la responsabilità è di chi produce o di chi consuma?" Quando parlo di Vernaccia con la gente però non avverto questa sensazione

"Abbiamo fatto convegni e convegnetti e..." Certo, la gente segue quelle cose? Dai, dormono tutti La comunicazione è considerata pubblicità, la **partecipazione** è l'essere in fiera Ehi, non siamo più nel '900

La comunicazione attuale non appartiene alla cultura delle cantine, sebbene siano in fondo il luogo più favorevole ove fare comunicazione. "In vino veritas" diceva qualcuno. L'**autentico** è messaggio di lunga durata

Migliaia di etichette in Italia confondono le idee, la qualità-prezzo non ha niente a che vedere col successo commerciale. La confusione è un difetto della comunicazione. Discorso troppo tecnico?

Forse sì se, parlando con persona intelligente, colta e sensibile, non ne ho spiegato l'importanza

L'errore è mio, ma vedo il **buono** nel bicchiere mezzo vuoto: quello da colmare o quello scolmato?

Ad Oristano è difficile trovarla nei bar. La si beve solo alla Sartiglia. Perché? Cosa manca qui, perché la gente ritorni ad apprezzarla? Creo un gruppo su [facebook](#). In due minuti ha dieci aderenti, in tre ore ne ha 125; alle 18.00 ne conta 176

Goccia, cosa comunica la Vernaccia?

Cari bloggers, delle idee per rilanciarla?



Alla salute, amici miei



## Il Gruppolo

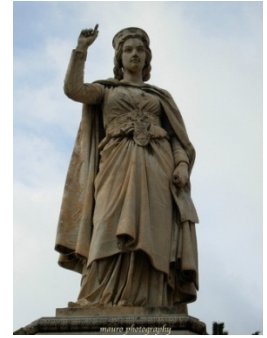
Dopo 45 giorni il gruppo Vernaccia conta 1.248 iscritti. Oggi quasi 2000

Ma la cosa notevole è la partecipazione alla conversazione, la forte passione per la Causa: il rilancio della Vernaccia da parte della gente, semplicemente chiedendola al bar, al ristorante, o tenendone una buona in casa. La gente l'ama, nessun valore è più alto per una Marca

I commenti di sostegno al gruppo sono quasi un centinaio, decine le proposte creative e appassionate

I primi piccoli risultati conseguiti sono i seguenti:

- L'attività è stata ripresa da un magazine online [www.sardegna-media-time.com](http://www.sardegna-media-time.com) che sta rilanciando l'iniziativa
- Il primo evento offline e' stato "aRoma di Vernaccia" organizzato casualmente per una trasferta di lavoro dell'ispiratore: 50 persone si sono riunite a al FuzzyBar per degustarla, la Vernaccia. L'evento si è organizzato in 3 giorni ed a costo zero. E' stato ripreso dal video blog NStreet <http://www.nstreet.it/experience/466/883> che si è ripromesso di tenere sotto controllo lo sviluppo dell'iniziativa
- Durante la Tornata dell'"Accademia del vino", tenutasi ad Oristano l'otto maggio scorso si è preso la parola sul finale del Convegno per descrivere quest'iniziativa. La risposta del pubblico è stata piuttosto incoraggiante
- Il responsabile Slow Food di Oristano, Corrado Casula ha già promosso l'iniziativa di far inserire la Vernaccia tra i vini da conoscersi per il conseguimento del Master Vino di III livello
- Dibattito non convenzionale "Vernaccina clandestina" in seno al festival "Dromos" a Baratili S. Pietro
- Un articolo di presentazione verrà pubblicato su Qui Touring, mensile del Touring Club Italia
- La presentazione presso il Liceo Classico di Oristano ha ricevuto un'accoglienza entusiasmante. A breve si presenterà nelle altre scuole superiori cittadine



## L'obiettivo

Riportare il gusto della Vernaccia nelle strade di Oristano e nei paesi della Valle

Se i produttori non la producono e i distributori non la distribuiscono, forse quando sarà la gente a chiederla con insistenza anch'essi la riscopriranno

Come fare? Ringiovanire l'immagine della Vernaccia attraverso l'arte

Artisti "di tutti i sensi" creeranno un'opera ispirata alla Vernaccia e, sul finire di luglio, si farà una mostra, detta "Cavatappi d'idee" per riportarla tra la gente

Hanno già dato la loro disponibilità, o comunque sostengono l'iniziativa a vario titolo:

- Comune di Oristano
- Provincia di Oristano
- Camera di Commercio di Oristano
- Associazione commercianti di Oristano
- Apisarda Or
- Confartigianato Or
- Slow food Oristano
- Istituto alberghiero Oristano
- Liceo Classico Oristano
- ConsorzioUno (Università)
- UnicrediBancadiRoma (sponsor principale)



## Il cavatappi d'idee

### A tutte le papille

Abbiamo organizzato dal 18 giugno ai primi di luglio una mostra, meglio un

Cavatappi d'idee per il risveglio polisensoriale della Crannazza

Vorrei vedere opere d'arte che ne mettano in risalto i multiformi pregi. Mi aiutate a coinvolgere:

pittori  
scultori  
fotografi  
cantanti  
grafici  
cuochi  
ceramisti  
scrittori  
stilisti  
marketers  
enologi  
musicisti  
intenditori  
poeti  
pagliacci  
politici  
webmasters  
filosofi  
tuttologi

che con le loro espressioni ci aiutino a rammentarla?

Chi mi aiuta a organizzarlo?

Facendo girare la voce tra gli artisti, cercando sponsor, dando solo una mano ...

Cosa ne pensate?

Qui c'è il gruppo su fb

<http://www.facebook.com/inbox/readmessage.php?t=1085741218085#/group.php?gid=62018413266>

E questo è per il Blog, da cui è nato tutto

<http://www.ilriccio.eu/2009/04/eutanasia-di-una-marca.html#links>



## Cosa chiediamo

Contributi a qualsiasi titolo per organizzare l'evento:

- Opere, opere, opere, tutte che facciano desiderare la Vernaccia. Oppure
- Spazio espositivo, oppure
- Patrocinio dell'iniziativa, oppure
- Contributi finanziari per l'organizzazione dell'evento, oppure
- Contributi per l'eventuale premio del vincitore del cavatappi, oppure
- Diffusione generale dell'informazione, oppure
- Diffusione dell'informazione verso gli artisti, oppure
- Materiali per la realizzazione della mostra, quali impianti luci, amplificazioni, video etc, oppure
- Tutto ciò che nelle vostre possibilità possa contribuire al rilancio della Vernaccia

### Per contatti

Andrea Riccio Via Tharros 91, 09170 Oristano

Tel 0783 212037 – 348 0812215 - mail: [info@marketingeformazione.it](mailto:info@marketingeformazione.it)

Grazie