

EnoS, *parte seconda*

Cambiamo. Dopo i primi quattro anni e 24 fascicoli è giunto il momento. Lo impongono i tempi, le mutate esigenze, e soprattutto: ne abbiamo voglia. Variamo, da questo numero, qualcosa nell'aspetto grafico per renderla più leggera e moderna, e soprattutto la periodicità: da bimestrale a trimestrale. Ma per mantenere frequente e quasi quotidiano il contatto con lettori ed appassionati arriva il sito internet. Sarà on-line nelle prossime settimane e speriamo di recuperare in fretta il tempo che, ne siamo consapevoli, abbiamo perduto per lo sbarco sul web.

Nel contempo allarghiamo il mercato sul quale porre in vendita la rivista: di EnoS è disponibile ormai da mesi anche la versione digitale (attualmente solo per Ipad, presto pure per i tablet con sistema Android), tradotta pure in lingua inglese e adesso è in arrivo - come promesso - anche quella in cinese. Non so se siamo i primi, forse addirittura nel mondo, a proporre una rivista (anzi un magazine come puntualizza il sottotitolo della testata) di enologia in tre diverse lingue (e non vorremmo fermarci a queste). Sicuramente siamo fra i pochi e comunque non cerchiamo primati. Diversi dall'essere graditi ai lettori (siciliani, italiani e stranieri), così come sta avvenendo.

Perché nelle edicole dell'Apple Store (verificate, per favore) fra le testate di "cibi e bevande" occupiamo stabilmente le primissime posizioni. Dietro vi sono nomi blasonati e che meritano tutto il rispetto. Il nostro per primi. E proprio dal constatare lo spazio possibile sull'edicola mondiale deriva la voglia di fare ancora di più e soprattutto meglio. L'obiettivo non è cambiato: contribuire a diffondere la conoscenza della Sicilia attraverso il vino ed in particolare attraverso la cultura di questo. E se saremo capaci di seguire i produttori dell'Isola sui mercati internazionali e, quindi, risultare utili alla loro penetrazione, ne saremo ben lieti.

Senza dimenticare l'emozione che deve saper dare la lettura: quindi argomenti scelti con cura, testi scritti con attenzione, corredo fotografico adeguato, carta e confezione che possa contribuire anche al tatto oltre che alla vista. Perché è vero che anche l'occhio vuole la sua parte, ma i contenuti - soprattutto - debbono valere il prezzo di copertina. Il nostro impegno prosegue in questa direzione. Buona lettura!

Dario Pennica