

A4

YT

THE NEW YORK TIMES INTERNATIONAL SATURDAY, DECEMBER 6, 2003

# SAVE!

ROTHMAN'S SEMI-ANNUAL CLOTHING SALE

|                |              |
|----------------|--------------|
| ABBOUD         | HUGO BOSS    |
| ARNOLD BRANT   | TED BAKER    |
| CORNELIANI     | JACK VICTOR  |
| CANALI         | CALVIN KLEIN |
| HICKEY-FREEMAN | BURBERRY     |
| BEN SHERMAN    | ZANELLA      |

**ROTHMANS**  
UNION SQUARE

PARK AVE SOUTH AT 17TH ST. NY 212. 777. 7400  
THE HARWOOD BLDG., SCARSDALE 914. 713. 0300  
2 JOBS LANE, SOUTHAMPTON 631. 283. 3151  
WWW.ROTHMANSNY.COM

# RAFEL

**Visit:**  
Our factory is on premises. All of our shearings are made in the U.S.A.

**Buy:**  
Choose from NYC's largest stock of fine shearings for men & women.

**Customize:**  
Our unique RAFEL made to measure department can fit petite to large with your choice of colors & details.

**THE RAFEL SHEARLING STORE**  
214 WEST 29TH STREET • 2 BLOCKS FROM PENN STATION  
WWW.RAFEL.COM 212.564.8874

## THE SATURDAY PROFILE

### A Dynamo and Her Daughters Turn Leftovers to Gold

By FRANK BRUNI

GIANNOLA NONINO was given garbage, and she simply refused to accept it. That is one way to distill her experience and adventure, a liquor-trade tale in which she played Pygmalion to a peasant's swill.

Before Ms. Nonino administered her makeover, Italian grappa was no more dignified than its ingredients: the grape skins, seeds and stems left over from making wine. That mash was trash, and the crude concoction it produced often tasted that way.

But she saw a potential in grappa and a possible market for it that no one else did. She envisioned what it became: a crystalline nectar that could compete with cognac and do battle with brandy.

"I have changed grappa from a Cinderella to a queen," said Ms. Nonino, 65, at the end of a recent lunch here, over a glass of that post-dessert delicacy.

She accomplished something else, too. In the process of refining grappa, she both exemplified and defied what Italian ingenuity is all about, becoming a success story at once utterly representative and strikingly different.

Like many profitable businesses in Italy's rich north, hers is compact and focused, propelled by a special sense of style and built on the indefatigable drive of a closely knit family.

Unlike many others, the Nonino operation is a matriarchy through and through, with one sex clearly reigning supreme.

Giannola is the muse and mastermind of the enterprise. The senior executives are her three spirited daughters: Cristina, 40, Antonella, 37, and Elisabetta, 35.

They have no brothers. Their father hovers on the fringes of the frenetic activity. Their spouses are kept at an even greater distance.

"There is a family rule that husbands stay out of the business," Elisabetta said.

That formula works. Exactly 30 years to the month since Giannola and her husband, Benito, 69, unveiled the first truly high-end grappa, they have a brand and business well known not only throughout Italy but also in Germany, Japan, South Africa and America.

From their headquarters here near the northeastern Italian city of Trieste, the Noninos produce about one million liters of grappa a year, about 20 percent exported.

In recognition of that, they just received a special prize given annually by the president of Italy to the entrepreneur who has helped to bring worldwide prestige to the phrase "made in Italy."

That award belongs above all to Giannola, the mother of all Italian grappa — at least as it is currently seen, sipped and savored — and a sharp-tongued, sharp-witted, obstinate force of Italian nature.

"I DON'T ever let up!" she said with a throaty chuckle and a mischievous wink at her daughters, who were huddled with her where almost all Italian families huddle: the dining-room table.

"The lady is a grump," Cristina added, "but she's bravissima."

"When she married my father," Antonella chimed in, referring to the early 1960's, "his mother said, 'That woman will be your ruin.' Instead she was his fortune."

Benito Nonino's relatives were then distilling a liquor of an entirely different kind. Grappa was the Italian equivalent of Kentucky moonshine: a cheap source of warmth, a lighting path to drunkenness.

"It was a raw drink, associated with men and hard work," Giannola said. She wanted more for it and for her family, suspecting that both could do better.

Her scheme started with the winemaking detritus from which grappa had long been made. That gritty refuse mingled different varieties of grapes and usually sat around for days on end.

Giannola went to winemakers' wives, who depended on their husbands' for spending



Sandro Michelaelles for The New York Times

"I have changed grappa from a Cinderella to a queen."

GIANNOLA NONINO

money, and offered them extra cash if they would keep the leftovers of one kind of grape separate from others. She also insisted that they hand it over while it was still fresh.

She and Benito, meanwhile, invested in state-of-the-art equipment, with the goal of sanding down enough of grappa's rough edges so that its fruit could be tasted, its sweetness set free. They accomplished that in December 1973, with a special batch of grappa from a single type of grape, the picolit variety.

Then came the harder part: selling it. "The bourgeois wouldn't even keep grappa in their liquor closets," explained Antonella, the family's unofficial historian. "They were ashamed."

Giannola had a few ideas. She put Nonino grappa in clear, gently curved, distinctive bottles that looked like upscale chemistry-class flasks. She placed silver stoppers atop them and used red yarn to attach labels that she wrote by hand.

She stormed wine tastings and fine Italian restaurants, her treasure in tow. She mailed it to famous people, beseeching them to taste it. "For 10 years I did nothing but work on this grappa," she said. "I didn't even have time to watch television, I was so busy writing the blessed labels."

One day a car pulled up to the family's offices. A driver got out and placed an order, on behalf of his employer, for 48 bottles. That employer was Giovanni Agnelli, the head of Fiat. That moment was the validation of Giannola's vision.

She never really doubted herself. If a woman could manage something as unruly as a family, why not a business?

In the Noninos' case, there were no boundaries between one and the other. Dinner was a

strategy session. "Dad worked in the distillery, and my mother did everything else," Antonella said, adding that she and her sisters could not help but be swept into the whirlwind. "Grappa is part of our chromosomes."

So is marketing. While most Nonino labels are no longer handwritten, the family's push to fix grappa's image as a special, \$60-a-liter luxury never ends. Over the years, the Noninos have put their grappa in so many elegant containers that a museum in Milan once collected them for an exhibition.

GIANNOLA'S life is like a rose-colored version of having it all.

Her youngest grandchildren's drawings decorate the walls of the offices that she shares with her daughters. Her house, repeatedly renovated over the decades, is just a few dozen paces away: close enough for her and her daughters to eat lunch there almost every day, with the grandchildren flitting into and out of view.

She has many Italians' candor. She has all Italians' flair for melodrama, which was clear when she cataloged the toll of her exertions.

"I've had three ulcers, a broken leg and two broken wrists," she said, not making clear precisely how these ailments were connected to grappa.

But the second of the wrist injuries was classic Giannola. It happened in a restaurant, toward the end of a business lunch, when she sped too recklessly from the table and lost her balance.

She was sprinting to get the check before any of the men there could.

weather-ready & WATERPROOF! ...think HARRY'S!

**The Warmers CANADA** WOMEN'S WATERPROOF "ABOUT TOWN"

|          |                  |
|----------|------------------|
| N: 7-12  | Black leather    |
| M: 5-13  | Front zip        |
| W: 5-12  | \$79.            |
| WW: 5-12 | (12 sizes to 11) |

**Dunham** FOOTMAKERS 1897

MEN'S or WOMEN'S WATERPROOF "6701 HIKER"

Brown leather. Reg. \$135.

MEN: D: 8-14 WOMEN: B: 6-11  
2E: 8-14 D: 6-10  
4E: 8-12

**\$99.90**

**Columbia** Sportswear Company

CHILDREN'S WATERPROOF "BUGABOOTOO"

M: 1-7 Assorted seasonal colors. \$78.

Most sizes, colors & styles as shown. Sale price ends 12/4/03. All sales final.

# HARRY'S SHOES

OPEN 7 DAYS  
2299 Broadway @ 83rd Street  
NY, NY 10024

Mail or phone orders invited, or visit:  
www.Harrys-Shoes.com

212-874-2035  
TOLL-FREE OUTSIDE NY:  
866-4-HARRYS  
(866-442-7777)

## A queen's ransom for your old jewelry



There was no jewel Queen Elizabeth could resist. Windsor Jewelers is like her in this respect. We are New York's largest estate jewelry buyers. We earned this reputation because we consistently offer the highest price for jewelry, watches and sterling silver... No item is too small or too expensive.

Windsor Jewelers Inc.®

Get a queen's ransom for your old jewelry™  
608 Fifth Ave. at 49th St - 2nd Floor - www.windsorjewelers.com  
Mon-Fri 10 am - 5:30 pm • Sat by appointment  
212-262-0500

Free evaluation • Immediate payment • Private sales by appointment.  
Bank and house appointments available for large estates

## SEARCH AND ENJOY



NANCY VIRGINILLO OF CANADA IS RUNNING IN 26 DIFFERENT LOCATIONS AROUND THE GLOBE, FOR EACH LETTER OF THE ALPHABET, FIRST STOP, AYERS ROCK, AUSTRALIA; LAST STOP, ZAIRE.

MEET MERRELL AND GORE-TEX REPRESENTATIVES TODAY. THEY WILL ASSIST YOU WITH YOUR PURCHASES.

**STORMFRONT Waterproof**  
IN NAVY, BLACK, OR ORANGE  
GORE-TEX XCR FABRIC  
MEN'S SIZES 7-14  
WOMEN'S 6-11  
\$109.95

ORDER ONLINE WWW.TIPTOPSHOES.COM

### TIP TOP SHOES

155 WEST 72nd STREET, NEW YORK 10023 • 212-787-4960 • OPEN DAILY  
SHOP AT HOME: WWW.TIPTOPSHOES.COM 1-800-WALKING

# Cent'anni della Famiglia Nonino

Traduzione articolo:

## **“A Dynamo and Her Daughters Turn Leftovers to Gold” di Frank Bruni**

*The New York Times* – 6 dicembre 2003

*International Herald Tribune* – 6 dicembre 2003

## **Una Dinamo e le Sue Figlie Trasformano i Resti in Oro**

PERCOTO, Italia

A GIANNOLA NONINO venivano dati gli scarti, e lei semplicemente si rifiutava di accettarli. Questo è uno dei modi per “distillare” la sua esperienza e la sua avventura, una storia di commercio di liquori in cui interpreta la parte di Pigmaliote nei confronti di una bevanda di contadini.

Prima che la signora Nonino ne amministrasse la trasformazione, la grappa italiana non aveva maggior dignità dei suoi ingredienti: bucce d'uva, semi e vinaccia, resti della vinificazione. Questo miscuglio non era che spazzatura, e la grezza bevanda che produceva spesso aveva lo stesso sapore.

Ma lei però vide nella grappa un potenziale e la possibilità di un mercato che nessun altro aveva intuito. Prevedeva quello che sarebbe diventata: un nettare cristallino che avrebbe potuto competere con il cognac e dare battaglia al brandy.

“Ho trasformato la grappa da una Cenerentola a una Regina,” ha detto la signora Nonino, 65 anni, alla fine di un pranzo recente qui, davanti a un bicchiere di quella delicatezza post-dessert.

Ha compiuto molto di più. Nel riuscire a nobilitare la grappa, Giannola è diventata un esempio di ciò che rappresenta la genialità italiana anzi la contraddistingue, diventare una storia di successo allo stesso tempo assolutamente rappresentativa e straordinariamente diversa.

Come molte attività di successo nel ricco Nord Italia, la sua è solida e mirata, alimentata da uno speciale senso dello stile e costruita sulla guida instancabile di una famiglia fortemente unita.

A differenza di molti altri casi, l'operazione Nonino è un matriarcato fino in fondo, con un sesso che regna sovrano.

Giannola è la musa e il comandante dell'azienda. Gli ufficiali sono le sue tre figlie piene di energia : Cristina, 40 anni, Antonella, 37, ed Elisabetta, 35.

Non hanno fratelli. Loro padre sta in equilibrio sull'orlo di questa frenetica attività. I generi sono tenuti fuori.

“C'è una regola di famiglia che dice che i mariti stanno fuori dall'azienda,” ha detto Elisabetta.

## Cent'anni della Famiglia Nonino

Questa formula funziona. Sono esattamente 30 anni da quando Giannola e suo marito Benito, 69, lanciarono la prima grappa veramente ad alto profilo e hanno un marchio e un mercato ben noti non solo in Italia ma anche in Germania, Giappone, Sud Africa e America.

Dal loro quartier generale qui, vicino alla città di Trieste, nel nordest d'Italia, i Nonino producono circa un milione di litri di grappa all'anno, di cui quasi il 20% viene esportato.

In riconoscimento di tutto questo, hanno appena ricevuto un premio speciale che viene conferito annualmente dal presidente della Repubblica Italiana all'imprenditore che ha contribuito a dare prestigio nel mondo al "made in Italy".

Quel premio spetta soprattutto a Giannola, la madre di tutta la grappa italiana – almeno per quanto riguarda il modo in cui oggi viene vista, sorseggiata e degustata – una pungente, arguta, ostinata forza della natura italiana.

"IO NON MOLLO MAI!" disse con una risata gutturale e una maliziosa strizzata d'occhio alle sue figlie, strette con lei dove quasi tutte le famiglie italiane si stringono: attorno al tavolo della sala da pranzo.

"La signora è scontrosa," aggiunse Cristina, "ma è bravissima."

"Quando sposò mio padre," intervenne Antonella, riferendosi ai primi anni sessanta, "sua madre disse, 'quella donna sarà la tua rovina.' Invece è stata la sua fortuna."

I genitori di Benito Nonino all'epoca distillavano un'acquavite completamente diversa. La grappa era l'equivalente del distillato clandestino "moonshine" del Kentucky: un'economica fonte di calore, un sentiero illuminato verso l'ebbrezza.

"Era una bevanda grezza, associata agli uomini e al duro lavoro," disse Giannola. Lei voleva di più per essa e per la sua famiglia, credendo che entrambe potessero fare meglio.

Il suo progetto ebbe inizio con i resti della vinificazione da cui la grappa da lungo tempo veniva prodotta. Quei resti poltigliosi mescolavano diverse qualità di uve e di solito venivano lasciati da parte per giorni.

Giannola andò dalle mogli dei vignaioli, le quali dipendevano dai mariti per il denaro, e offrì loro denaro extra se avessero tenuto la vinaccia di un tipo d'uva separata dalle altre. Insistette anche affinché gliela portassero quando era ancora fresca.

Lei e Benito, nel frattempo, investirono in attrezzature di altissimo livello, con l'obiettivo di eliminare il più possibile la parte grezza della grappa in modo da poter sentire il suo frutto e di liberare la sua dolcezza. Ci riuscirono nel dicembre 1973, con una partita speciale di grappa da un singolo tipo d'uva, la varietà Picolit.

Poi venne la parte più difficile: venderla. "I borghesi non avrebbero nemmeno tenuto la grappa nel loro armadietto dei liquori," spiegò Antonella, lo storico non ufficiale della famiglia. "Si sarebbero vergognati."

Giannola ebbe alcune idee. Mise la grappa Nonino in bottiglie particolari, trasparenti, delicatamente curvate che sembravano ampolle da laboratorio di alta classe. Le coprì con tappi in argento e usò del nastro rosso per attaccare le etichette che ella stessa scrisse a mano.

Prese d'assalto le degustazioni dei vini e i più raffinati ristoranti italiani, portando il suo tesoro. Lo spedì a gente famosa, pregandola di assaggiarla. "Per 10 anni non ho fatto altro che lavorare su questa

## Cent'anni della Famiglia Nonino

grappa,” disse. “Non avevo neanche il tempo di guardare la televisione, avevo tanto da fare a scrivere quelle benedette etichette.”

Un giorno un'auto si fermò presso gli uffici della famiglia. L'autista scese e fece un ordine per il suo datore di lavoro, di 48 bottiglie. Quel datore di lavoro era Giovanni Agnelli, il presidente della Fiat. Quel momento fu la conferma dell'intuizione di Giannola.

In realtà non ebbe mai dubbi. Se una donna poteva gestire qualcosa di sregolato come una famiglia, perché non un'azienda?

Nel caso Nonino, non c'erano confini fra l'una e l'altra. La cena era una riunione strategica. “Papà lavorava in distilleria, e mia mamma si occupava del resto,” disse Antonella, aggiungendo che lei e le sue sorelle non poterono fare altro che essere trascinate da questo turbine. “La grappa è parte dei nostri cromosomi.”

Questo è il marketing. Mentre la maggior parte delle etichette Nonino non sono più scritte a mano, la spinta della famiglia a fissare l'immagine della grappa come un lusso speciale da \$60 al litro non finisce mai. Negli anni, i Nonino hanno messo la loro grappa in bottiglie così eleganti che un museo di Milano le ha raccolte per una mostra.

La vita di Giannola è come una versione in rosa di una vita realizzata in ogni suo aspetto.

I ritratti dei suoi nipoti decorano le pareti degli uffici che divide con le sue figlie. La sua casa, ripetutamente rinnovata nel corso degli anni, è a pochi passi di distanza: abbastanza vicino perché lei e le sue figlie possano pranzare assieme quasi ogni giorno, con i nipoti che gironzolano sotto gli occhi.

Ha il candore di molti italiani. Ha la propensione di tutti gli italiani al melodramma, che evidenziò quando elencò i scotti pagati per i suoi sforzi.

“Ho avuto tre ulcere, una gamba rotta e il polso rotto due volte,” disse, non chiarendo in modo preciso in che modo questi fossero collegati alla grappa.

Ma la seconda frattura al polso fu tipica di Giannola. Accadde in un ristorante, alla fine di un pranzo di lavoro, quando si alzò troppo velocemente da tavola e perse l'equilibrio.

Stava scattando per pagare il conto prima che ci riuscisse qualcuno degli uomini presenti.