

Messaggero Veneto

Social Media Phänomen
Francesca, die Influencerin der Nonino-Destillate
Die Influencerin Francesca Bardelli Nonino

Francesca: der Grappa hat seine Influencerin Die sechste Generation verleiht Nonino einen neuen Look

Sie ist 31 und ein Social Media Star, der Masterclasses und Cocktailrezepte anbietet.

"Ich liebe meine Familie und unsere Produkte; es ist für mich nur allzu natürlich, alles von Herzen zu machen."

Ein Interview von Fabio Poloni

Bezeichnet man sie als "Influencerin für den Grappa" so lächelt sie, denn "Man hat mich auch schon Piero Angela (ital. TV-Dokumentarist) genannt", gesteht Francesca Bardelli Nonino (31), aus der sechsten Generation der Udineser Brennerfamilie, die 1897 von ihrem Ururururgroßvater Orazio Nonino gegründet wurde. Francesca hat Alpha und Omega zusammengeführt, nämlich die Tradition eines historischen Produktes ("Nennt es bloß nicht alt, alt ist nur die Wahrnehmungsart," sagt sie dazu) mit einer modern konzipierten Social Media Kommunikation, die sich zusammensetzt aus Videos aus dem Kräutergarten der Großmutter, aus Cocktailrezepten mit Grappa als Hauptzutat, aus speziellen Effekten und "explodierenden" Brennkolben. Mit einem enormen Anstieg an Kontakten: von März bis heute hat sie sie mehr als verdreifacht, von 9 auf 27 Tausend auf LinkedIn, die als Plattform ideal scheint - besser als Instagram, wo sie auch über 7000 Follower hat - um diesen Mix aufzuwerten, der sich zusammensetzt aus Erkennbarkeit einer historischen Marke und der neuen Frische und Vitalität, die Francesca versprüht und mit hineinbringt.

Die Geschichte der Nonino Brennerei, die auf über 120 Jahre zurückgeht und kaum in wenigen Zeilen unterzubringen ist, hat auf jeden Fall eine sehr weibliche Prägung. Mit Silvia Milocco Nonino (Francescas Urgroßmutter) und (Großmutter) Giannola Bulfoni Nonino, die im letzten Jahrhundert Brennergeschichte schrieben und eine Marke etablierten, die heute weltweit als Exzellenz gilt und 12,9 Millionen Umsatz erwirtschaftet.

Francesca, war es nur allzu natürlich, dass Sie in den Familienbetrieb eingestiegen sind?

"Es gibt ein Foto von mir als Kind, daheim bei Oma, und da zeige ich auf die Grappaflaschen. In dieses Umfeld bin ich hineingeboren und darin aufgewachsen. Ich habe verstanden, dass es nicht nur ein Job, eine Arbeit ist, sondern eine Mission fürs Leben. Die Leidenschaft wurde von Generation zu Generation weitergegeben, ich selbst bin Noninos größter Fan, unsere Produkte vergöttere ich, ich bin verliebt in unsere Geschichte und stolz auf die Qualität und die Werte, die sie darstellen."

Wie war Ihr beruflicher Einstieg, bevor Sie Influencerin für den Grappa wurden?

"Die Bezeichnung nehme ich gern an", erklärt sie lachend, "diese Rolle ist rein zufällig entstanden. 2016 habe ich im Betrieb angefangen, habe von der Pike auf gelernt, war sozusagen "Lückenfüllerin" bei Veranstaltungen und auf Messen. Nach meinem finanzwissenschaftlichen Studium habe ich meiner Leidenschaft freien Lauf gelassen, Kommunikation war mir wichtig. Ich sah, dass Noninos Social Media Kanäle anders gemanagt werden konnten, mit mehr Herzblut. Ich habe mich eingehend damit beschäftigt, mich weitergebildet, bin weiterhin viel gereist und habe dazugelernt. Dann kam die Pandemie.

Und alles wurde anders.

"Man konnte nicht mehr reisen, deshalb habe ich Live-Sessions auf Instagram organisiert. Ich musste einen Kommunikationsweg finden, um mitzuteilen, dass es Nonino weiterhin gibt. Die Wende kam dann durch eine digitale Masterclass, bei der die Teilnehmer im Vorfeld ein Verkostungsset nach Hause geschickt bekamen. Sofort gab es 80 Kontakte. Ich habe ein Video produziert, um das gebührend zu feiern und es ging viral. Das war im Oktober 2020. Von da an ein enormer Anstieg."

Bedeutet dieser Social Media Erfolg auch neue Kunden?

"Gewiss haben wir neue Grappa-Liebhaber hinzugewonnen. Der Grappa wurde sozusagen wiederentdeckt, auch die Auszeichnung 'Beste Brennerei der Welt' hat dazu beigetragen. Wir sind die erste und einzige italienische Brennerei, die diesen Preis erhalten hat. Die Preisverleihung fand im Januar 2020 statt."

Wie sehen die nächsten Ziele aus?

"Die Transparenz des Grappa-Etiketts. Der Unterschied zwischen handwerklicher Brennerei und industrieller Fertigung kommt nicht klar zum Ausdruck. Ich möchte, dass jeder Italiener weiß, was für einen Grappa er kauft, sich bewusst entscheidet und dadurch auch zum Schutz des italienischen Destillats par excellence beiträgt. Grappa ist weltweit der Botschafter der italienischen Kultur, ein Bestandteil unserer Geschichte."

"Covid-19 hat alles revolutioniert. Mit einem derartigen Erfolg habe ich nicht gerechnet."

Auf LinkedIn ein regelrechter Boom, bereits 27000 Kontakte.

Zwei Fotos von Francesca Bardelli Nonino, unter nordesteconomia.gelocal.it ist das Video-Interview abrufbar.

Unten: Francesca mit Mutter Cristina, Großmutter Giannola, Großvater Benito und den Tanten Elisabetta und Antonella.

ECONOMIA

Ha 31 anni, è un fenomeno social tra masterclass e ricette per cocktail
«Amo la mia famiglia e i nostri prodotti, mi è naturale metterci il cuore»

Francesca, la grappa ha la sua influencer La sesta generazione rifà il look a Nonino

L'INTERVISTA

Fabio Poloni

Se la chiamate "influencer della grappa" lei sorride, «ma mi hanno definita anche la Piero Angela», confessa. Francesca Bardelli Nonino, 31 anni, sesta generazione della dynasty udinese dei distillatori – il fondatore, nel 1897, fu il suo quadrisavo Orazio Nonino – ha unito l'alfa e l'omega, la tradizione di un prodotto antico («non chiamatelo vecchio, vecchia ne è solo la percezione», dice) con la modernità della comunicazione social fatta di video nell'orto della nonna, ricette per i cocktail a base di grappa, effetti speciali e alambicchi che «esplodono». E il boom è quello dei contatti: da marzo ad oggi li ha più che triplicati, da 9 a 27 mila, su LinkedIn, piattaforma che sembra l'ideale – meglio di Instagram, dove pure ha oltre settemila follower – per valorizzare questo mix tra la riconoscibilità di un marchio storico e l'impronta di freschezza e vitalità che Francesca sprigiona.

La storia della Nonino, oltre 120 anni impossibili da distillare in poche righe, è comunque molto femminile, con Silvia Milocco Nonino (bissonna di Francesca) e Giannola Bulfoni

Nonino (nonna) protagoniste nel secolo scorso della crescita di un marchio che oggi è riconosciuto come eccellenza mondiale e fattura 12,9 milioni di euro.

Francesca, è stato naturale per lei decidere di lavorare nell'azienda-famiglia?
«C'è una foto di me, da piccola, a casa della nonna a indicare le bottiglie della grappa: ci sono proprio nata e cresciuta. Ho

«Il Covid-19 ha rivoluzionato tutto. Non mi aspettavo un successo così»

capito che non era solo lavoro ma una missione di vita. La passione è stata tramandata di generazione in generazione, io sono la fan numero uno di Nonino, adoro i nostri prodotti, sono innamorata della loro storia, orgogliosa di qualità e valori che rappresentano».

Come hai iniziato in azienda prima di diventare l'influencer della grappa?

«La accetto volentieri come definizione – ride – questo ruolo nasce casualmente. Sono entrata in azienda nel 2016 facendo gavetta, "tappabuchi" negli eventi e nelle fiere. Dopo i miei studi in ambito finanziario ho dato spazio alla mia pas-

sione per il comunicare: ho visto che la gestione dei canali social di Nonino poteva essere seguita in modo diverso, con più cuore. Ho studiato, continuato a viaggiare e imparare. E poi è arrivata la pandemia».

E ha cambiato tutto.
«Non si poteva più viaggiare. Ho iniziato le dirette su Instagram, dovevo trovare il modo di comunicare che comunque Nonino c'è. La svolta è stata una masterclass online con kit degustazione a domicilio, subito 80 contatti: ho fatto un video per festeggiare ed è diventato virale. Era ottobre 2020. Dalì il boom».

Questo successo social si traduce in nuovi clienti?

«Sicuramente abbiamo intercettato nuovi appassionati. C'è stata una riscoperta per la grappa, spinta anche dalla vittoria come miglior distilleria del mondo, prima e unica azienda italiana a ottenerlo, assegnato a gennaio 2020».

Obiettivi da raggiungere?

«La trasparenza dell'etichetta della grappa: non è chiara la distinzione tra distillerie artigianali e industriali. Voglio che ogni italiano sappia scegliere con consapevolezza la grappa, e tutelare il distillato italiano per eccellenza. La grappa è ambasciatrice della cultura italiana nel mondo, è la nostra storia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I CANALI

Su LinkedIn il vero boom già 27 mila i contatti

Due immagini di Francesca Bardelli Nonino: su nordesteconomy.gelocal.it la video-intervista. Sotto è con mamma Cristina, nonna Giannola, nonno Benito e le zie Elisabetta e Antonella.

ONORANZE FUNEBRI

Angel
REPERIBILITÀ 24h/24h
0432 726443
Su richiesta, possibilità di abitare tutte le pratiche presso la vostra abitazione, senza recarvi in agenzia.
Funerale completo Mercedes 1700€
Funerale completo MASERATI 2000€
Cremazione e tasse comunali escluse
FIORI (COPRISARA E COPRIPIED) INCLUSI!!!

Elmi e Orsomando:
«Un'amica, un mito»



Maria Giovanna Elmi con Nicoletta Orsomando
DEL PICCOLO / PAG. 40

Francesca, l'influencer
dei distillati Nonino



L'influencer Francesca Bardelli Nonino
POLONI / PAG. 22

FORNITURA E POSA IN OPERA
GIOMA
Pavimenti in legno
Pavimenti in laminato
Portoncini blindati
Porte interne
Scale in legno
Serramenti pvc
pavimenti porte serramenti pvc
GIOMA S.r.l.
Via Remis, 50 - 33050 S. Vito al Torre (Udine)
Tel./Fax +39 0432 997154 / 932836
info@giomapavimenti.it - www.giomapavimenti.it