

# Wine News

THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

## Francesca Bardelli Nonino: die Werte einer Marke “destillieren”, um (auch) auf Social Media erfolgreich zu sein

*Francesca, aus der jüngsten Generation von Familie Nonino, ist nicht nur Kommunikationsexpertin, sondern auch “Influencerin für den Grappa”. Sie kämpft für mehr Transparenz auf dem Etikett.*

RONCHI DI PERCOTO, 25. AUGUST 2021, 17:15 UHR



„Ich hatte Wirtschaft und Finanzen studiert, doch dann habe ich gemerkt, dass ich eigentlich gerne kommuniziere. Und es gab so viele wunderbare Dinge über die Nonino Brennerei zu erzählen. Nonino ist eine unglaubliche Mischung: ein Familienbetrieb, der die Welt des Grappas revolutioniert hat und der gleichzeitig die beste Brennerei der Welt ist, aber auch ein Haus mit angeschlossenem Laden, so wie früher eben, wo man auch Konserven und Marmeladen herstellt. Ein „kleines“ und einfaches Unternehmen, aber mit einer großartigen Marke, die durch Hingabe, Leidenschaft und Hartnäckigkeit entstanden ist. Eine Marke mit einer über 120-jährigen Geschichte und vielen Kämpfen, um der Welt klar zu machen, dass Grappa nicht nur ein „Feuerwasser“ ist, das den Hunger stillt, sondern ein wunderbares Destillat, für das meine

Großeltern kämpften. Sie lieben ihre Arbeit, den Grappa, aber auch die italienische Lebensart. Es ist schwer, dies alles online zu vermitteln, aber exakt einstudierte Videos wären weniger effektiv gewesen als eine Live-Übertragung mit der „Signora des Grappa“ (wie Giannola Nonino von Gianni Brera und dem großen Weinexperten „Gino“ Veronelli genannt wurde; zu beiden hielt die charaktvolle Giannola regen Kontakt, Anm. d. Red.), die ihre Geschichte erzählt oder sich aus den Tomatenbeeten in ihrem Garten an die Zuschauer wendet. So sieht nämlich das reale Leben bei Nonino aus: geprägt von Alltäglichkeit und Spontaneität, verbunden mit der Tradition der handwerklichen Destillation und mit dem Land Friaul, mit den Rhythmen der Natur und der Achtung der Qualität“. Mit diesen Worten beschreibt Francesca Bardelli Nonino (31), die jüngste Generation des historischen Familienunternehmens Grappa Nonino, das von Benito und Giannola Nonino mit den Töchtern Cristina, Elisabetta und Antonella geführt wird und in dem sie für die Unternehmenskommunikation zuständig ist, den heutigen Betrieb. Mit Professionalität, Leidenschaft und vor allem Spontaneität erzählt sie die Geschichte eines „weitsichtigen“ Unternehmens, spricht über die Werte von einer der wichtigsten Marken des Made in Italy – die die Werte der Familie sind – und berichtet über die neuen Grenzen der sozialen Netzwerke. Das Ergebnis: ein großer Erfolg, der im letzten Jahr die Zahl der Follower in die Höhe schnellen ließ, von Instagram über Facebook bis hin zu LinkedIn, der Business-Plattform, auf der sich ihre Kontakte mehr als verdreifachten (von 9.000 auf 27.000) und die ihr den Beinamen „Grappa-Influencerin“ einbrachten.

Zu ihren Aktionen gehören geführte Masterclasses, Mini-Videos über die handwerkliche Destillation, Cocktailrezepte mit Grappa als Hauptzutat und Rezepte für authentische Aperitifs nach italienischer Art, Food Pairing und Mixologie und vieles mehr, wie z.B. die Video-Geschichten „von daheim“, die am besten ankommen, „weil es keine Planung gibt, sondern nur mich, meine Familie und mein Smartphone“. Ihre Geschichte ist die Geschichte einer „visionären“ Marke, im guten Sinne des Wortes, wie Großmutter Giannola Nonino sagt. Letztere ist Italiens revolutionärste Grappa-Herstellerin oder „Grappaiola“ wie Francesca sie nennt, und dank ihrer Enkelin (die auch Sommelière und WSET-Absolventin ist) zum ersten Mal live auf Instagram. Giannola Nonino war die erste Frau, die in Percoto einen reinsortigen Cru Monovitigno Grappa destillierte. Begonnen hatte sie 1973 mit dem Picolit, im Beisein von Veronelli, und mit dem Bewusstsein, dass von diesem Moment an die Welt der Destillate nie wieder dieselbe sein würde. Ein italienisches Epos, das vom Fachmagazin Wine Enthusiast die Auszeichnung „Spirit Brand-Distiller of the Year 2019“ erhielt.

Nonino blickte immer in die Zukunft und ging mit der Zeit, wie es nur wenige historische Marken geschafft haben. Ein Beweis dafür ist der Nonino Botanical Drink, der bei Meiningers International Spirits Award als „Aperitif des Jahres 2021 International“ ausgezeichnet wurde und der Amaro Nonino Quintessentia, der bei der Ultimate Spirit Challenge 2021 den „Chairman's Trophy“ gewann. Entstanden sind diese Kreationen nach alten Familienrezepten, die in den 1940er Jahren von Silvia Nonino, der ersten italienischen „Brennmeisterin“ weiterentwickelt und später von ihren Enkelinnen Cristina, Elisabetta und Antonella neu aufgelegt wurden. Als Träumerin, aber mit beiden Beinen auf dem Boden der Tatsachen, teilte Giannola Nonino ihre Ideen für ihr Unternehmen und für das Made in Italy mit den wichtigsten Intellektuellen unserer Zeit und Preisträgern des Nonino-Preises. Der Premio Nonino wurde 1975 ins Leben gerufen und schaffte es mehrmals, dem Nobelpreis zuvorzukommen. Einer dieser Intellektuellen, nur um ein Beispiel zu nennen, ist der große Philosoph Edgar Morin, der vor einigen Tagen Giannola an seiner Seite im Elysée-Palast in Paris haben wollte, um seinen 100. Geburtstag mit Präsident Macron zu feiern.

Francesca erzählt uns die einzelnen Etappen der Geschichte mit der ihr eigenen Spontaneität und ist sichtlich gerührt, denn „Ich bin sehr ehrlich: dass ich hier bin, ist der Tatsache zu verdanken, dass ich wunderbare Menschen in meiner Familie hatte, aber die Rolle meiner Großmutter hat mich innerlich berührt, weil sie mit meinem Großvater zusammen eine Revolution ausgelöst hat, weil ich eine starke Frau in meiner Familie habe, die es in den 1960er Jahren schaffte, eine erfolgreiche Unternehmerin zu sein, auch dank eines ungewöhnlichen Mannes, der sie an seiner Seite wollte. Und ich möchte diese Revolution fortsetzen“. Als „Grappa-Influencerin“ hat sie ein klares Ziel vor Augen: „Transparenz auf dem Etikett, um die Qualität des Grappas zu schützen, und die Angabe des Namens der Brennerei verpflichtend zu machen, wenn sie nicht gleichzeitig der Abfüller ist, wie es meine Großeltern immer gefordert haben. Ich habe einige Mini-Videos und Postings darüber gemacht, wie man echten handwerklich hergestellten und gereiften Grappa erkennt, und über die Destillation. Ich dachte, das seien „schwierige“ Themen für die sozialen Medien, aber durch die richtige Kommunikation hat das Publikum bewiesen, dass es auch beim Thema Grappa nicht auf das Alter ankommt. Grappa ist das italienische Destillat schlechthin und ein Symbol unserer Geschichte und Kultur, Grappa ist aber auch unglaublich vielseitig, wie meine Familie schon immer behauptet hat. Meine Familie ist mein Unternehmen, und mein Unternehmen ist meine Familie,“ führt Francesca weiter aus, „ich weiß, dass meine ganze Familie immer stolz auf ein Nonino-Produkt sein will, dass man sich repräsentiert fühlen muss, dass man spüren muss, Qualität und Handwerkskunst sind vorhanden, kurz gesagt es ist Made in Italy.“

