



## Italy's Wine Women Celebrate the Matriarchy

di Kathleen Willcox



*Wine is often seen as a man's world, but a group of Italian women are putting their own mark on their wines.*

Stereotypes about the existence of a distressingly patriarchal culture in Italy abound, but judging from evidence on the ground, women rule the roost – at least in the alcohol beverage space.

Women in the drinks business in [Italy](#), just looking at the numbers, have more power than their peers in certain other countries.

In California – which produces more than 80 percent of the US's wine – only 14 percent of wineries are run by women, according to the most recent findings from Santa Clara University professors Lucia Albino Gilbert, PhD, and John Carl Gilbert, PhD. In Italy, more than one-quarter of winemakers are women, according to a survey conducted by the Crif Business Information Group.

Research has consistently shown that companies with women in charge – in addition to being more socially responsible, with more rigorous safety standards – are more profitable. And while sales of Italian wine are weakening somewhat, many of the alcohol operations run by women are thriving.

Read on for insights into what some of these female powerhouses are doing to garner intense interest and strong sales in a tough economic environment.

### **The art of storytelling**

Other brands are finding power in the present, and laying the groundwork for the future by sharing their story and history in innovative ways.

And if any alcohol brand is synonymous with strong Italian women, surely it's Nonino Distilleries. While men have also held positions of power, it was Silvia Nonino, widowed by war in 1940, who became the first in a long series of Nonino women distillers (and the first female master distiller in Italy), and Giannola Nonino who persuaded her husband Benito in 1973 to create the first ever single-vineyard [grappa](#) in the world.

Francesca Nonino, a member of the sixth generation who works with her mother and aunts – Elisabetta, Cristina and Antonella – who run the distillery, the global face of a company defined by strong women. Not that it has been easy, she says.

"Let's not forget that in Italy, the law that granted equal treatment for men and women in the world of work was not approved until 1977," says Francesca, global brand ambassador head of the American market at Nonino. "But as a family business, there is nothing stronger than telling our story, and that is what we invest our energy in."

Francesca has created a number of programs on and off-site to engage directly with current and potential spirits lovers.

"One of the most iconic things we do is offer distillery tours at night," she says. "No one in the world is set up like Nonino, with 66 artisanal batch stills and a mission to distill 24 hours a day for eight to 10 weeks every year during harvest. This commitment to the art of distillation is the strongest proof of our love for our job and our grappa."

She is also active online (Nonino has 19.9K followers on Instagram; Francesca has 21.4K, with short videos that get tens of thousands of views on that platform alone), bringing people who can't fly to Friuli in on the magic with live distillery tours, tastings, masterclasses and educational videos.

Francesca's intense focus has paid off: in the past two years, total brand volumes have doubled, with brand depletions increasing 3.5-fold in five years, and account distribution increasing 2.5 times.

## Le donne italiane del vino celebrano il matriarcato

di Kathleen Willcox

*Il vino viene spesso visto come mondo degli uomini, ma un gruppo di donne italiane sta mettendo il proprio marchio sui propri vini.*

Gli stereotipi sull'esistenza di una cultura patriarcale in Italia abbondano, ma a giudicare dalle prove sul campo, le donne dettano legge, almeno nel campo delle bevande alcoliche.

Le donne nel settore delle bevande in Italia, solo guardando i numeri, hanno più potere delle loro coetanee in vari altri paesi.

In California – che produce oltre l'80% del vino statunitense – solo il 14% delle aziende vinicole è gestito da donne, secondo i risultati più recenti dei professori Lucia Albino Gilbert, PhD, e John Carl Gilbert, PhD, dell'Università di Santa Clara. In Italia più di un quarto dei viticoltori sono donne, secondo un'indagine condotta dal CRIF Business Information Group.

La ricerca ha costantemente dimostrato che le aziende con donne al comando – oltre ad essere socialmente più responsabili e con standard di sicurezza più rigorosi – sono più redditizie. E mentre le vendite di vino italiano si stanno un po' indebolendo, molte delle attività legate agli alcolici, gestite da donne, stanno prosperando.

Continuate a leggere per scoprire cosa stanno facendo alcune di queste potenze femminili per raccogliere intenso interesse e forti vendite in un contesto economico difficile.

### L'ARTE DEL RACCONTARE

Altri marchi si rafforzano nel presente e gettano le basi per il futuro condividendo la loro storia in modi innovativi.

E se c'è un marchio di spiriti sinonimo di donne italiane forti, sicuramente si tratta delle Distillerie Nonino. Sebbene anche gli uomini abbiano ricoperto posizioni di potere, le più importanti furono Silvia Nonino, rimasta vedova di guerra nel 1940, che divenne la prima di una lunga serie di donne Nonino distillatrici (e la prima maestra distillatrice in Italia), e Giannola Nonino che, nel 1973, convinse suo marito Benito a creare la prima grappa monovitigno al mondo.

Francesca Nonino, componente della sesta generazione che lavora con sua madre e le sue zie – Elisabetta, Cristina e Antonella – che gestiscono la distilleria, volto globale di un'azienda definita da donne forti. Non che sia stato facile, dice.

“Non dimentichiamo che in Italia la legge che garantiva la parità di trattamento tra uomini e donne nel mondo del lavoro è stata approvata solo nel 1977”, spiega Francesca, global brand ambassador e responsabile del mercato americano di Nonino. “Ma come azienda a conduzione

familiare, non c'è niente di più forte che raccontare la nostra storia, ed è in questo che investiamo le nostre energie.”

Francesca ha creato una serie di programmi dentro e fuori sede per interagire direttamente con gli amanti, attuali e potenziali, degli alcolici.

“Una delle cose più iconiche che facciamo è offrire tour notturni della distilleria”, afferma. “Nessuno al mondo è strutturato come Nonino, con 66 alambicchi discontinui artigianali e la missione di distillare 24 ore al giorno per 8-10 settimane ogni anno durante il raccolto. Questo impegno nell'arte della distillazione è la prova più forte del nostro amore per il nostro lavoro e la nostra grappa”.

È attiva anche online (Nonino ha 19.900 follower su Instagram; Francesca 21.400, con brevi video che ottengono decine di migliaia di visualizzazioni solo su quella piattaforma), facendo partecipare alla magia chi non può venire in Friuli con visite alla distilleria in diretta, degustazioni, masterclass e video didattici.

L'intensa attenzione di Francesca ha dato i suoi frutti: negli ultimi due anni, i volumi totali del marchio sono raddoppiati, con le deplezioni aumentate di 3,5 volte in cinque anni e la distribuzione dei conti aumentata di 2,5 volte.