

IV **NORDEST ECONOMIA**LUNEDÌ 11 MARZO 2024
MESSAGGERO DEL LUNEDÌ**La storia**

MAURA DELLE CASE

Otto settimane all'anno trascorse negli Stati Uniti, volando da una città all'altra per guidare i più grandi bartender del nord America alla scoperta della grappa. Dei suoi sapori, della sua cultura, della sua storia.

Tornata dagli Stati Uniti una manciata di giorni fa, Francesca Bardelli Nonino, la più giovane della dinastia quasi tutta femminile di Percoto, il piccolo paese della provincia di Udine dove da 127 anni si produce uno dei distillati più amati al mondo, vive con la valigia in mano, chiamata a raccontare la storia della grappa Nonino dall'altra parte dell'Oceano Atlantico, in un mercato che continua a crescere in volumi, anche grazie all'utilizzo dei distillati nei cocktail.

«Il mercato americano è uno dei nostri primi cinque mercati esteri ed è in grande crescita come del resto l'export in generale - racconta Bardelli Nonino -, basti considerare che siamo passati da una quota di esportazioni del 15% di qualche anno fa al 55% di oggi, contro una media del settore che si attesta tra il 20 e il 25%». Il differenziale si deve all'impegno che l'azienda ha messo in campo per presidiare i mercati oltre confine, per stringere relazioni con importatori e distributori, ma soprattutto con gli utenti finali, dai ristoratori ai bartender, passando per i privati cittadini.

A LEZIONE DA ZIA ELISABETTA

Un marketing insomma quasi sartoriale quello che ha consentito a Nonino di fare un così significativo balzo in avanti all'estero, che funziona in modo particolare negli States, conquistati dai sapori dei distillati Nonino almeno quanto dalla loro storia. «A differenza delle multinazionali che possono fare attività con alto tasso d'investimento, proporre i loro prodotti a prezzi stracciati, magari accompagnandoli con qualche regalo, noi che siamo una distilleria artigianale non ce lo possiamo permettere», racconta la giovane Nonino, che per la sua attività sui social si è conquistata il titolo di Influencer della grappa, ma che in realtà fa molto più che postare sulla rete: in questi anni ha letteralmente battuto a tappeto gli Usa, mercato che segue insieme alla zia Elisabetta. «È

Francesca Bardelli Nonino racconta la strategia che ha più che triplicato l'export dell'azienda

Le sorprese della grappa

«Un successo tra i giovani»



Francesca Bardelli Nonino

Sesta generazione della famiglia della grappa

”

I nostri consumatori hanno in media tra i 35 e i 45 anni. Con l'amaro l'età, specie negli Usa, si abbassa ancora, visto l'uso che se ne fa nei cocktail

lei che mi ha insegnato tutto, questo tengo a dirlo» si racconta, seduta all'esterno del fabbricato rurale che è il cuore di borgo Nonino, ancora vittima del jetlag.

«Prevale un modo di bere diverso, una vera esperienza, mediata dai bartender, star riconosciute alla pari degli chef»

«Cosa possiamo fare noi? Possiamo condividere la nostra passione, incontrando direttamente chi consuma i nostri prodotti e raccontare loro la nostra storia. Lo storytelling, a patto che sia autentico,

ha un valore incredibile. Se prima ascolti la nostra storia, dalla distillazione della prima grappa monovitigno nel 1973, la fatica dei miei nonni, Benito e Giannola, nel convincere produttori e consumatori che si trattava di un prodotto unico, per arrivare al titolo di miglior distilleria del mondo nel 2019, ecco che poi quando bevi la grappa è tutta un'altra cosa. Senti il buono, ma anche l'emozione».

UNA GRAPPA NEL COCKTAIL

Negli Usa, che valgono una consistente fetta dei ricavi aziendali, chiusi nel 2022 a 19,2 milioni di euro, il distributore organizza masterclass aperte ciascuna a una trentina di bartender che Francesca conduce per mano, nell'arco

di 45 minuti, alla scoperta dell'universo Nonino. «Inizio sempre con una degustazione verticale, facendo assaggiare loro quattro grappe in sequenza - Picolit, Merlot, Moscato e Chardonnay Barrique -. Così

«L'aperitivo è una ricetta della bisnonna, naturale e vegan friendly, un insieme di 18 botaniche. È già un grande successo»

hanno l'occasione di scoprire la diversità e la ricchezza di questi prodotti, di scoprire l'anima dell'uva nel bicchiere e liberarsi dell'associazione che qualcuno ancora ha di grappa uguale bruciore alla gola. Do-

ne Caporale, il cui locale a Barcellona è stato insignito del titolo di miglior bar del mondo lo scorso anno, Monica Berg, considerata tra le persone più influenti nel mondo dei bartender, e il maestro Salvatore Calabrese. Grazie a loro sempre più persone hanno iniziato a miscelare la grappa».

ABBASSARE LA GRADAZIONE

Grazie a loro e alla famiglia Nonino, che nel 2007 - l'idea fu di Antonella - ha aperto la via insieme a Sam Ross dando vita al Paper Plane, considerato oggi un grande classico dei cocktail: «È il risultato di un mix di Amaro Nonino, limone, Aperol e Burbon, un mix tra la cultura italiana e quella americana, ed è per questo che piace così tanto. Che poi questo mix tra luoghi, culture, sapori è un po' il segreto del successo dei cocktail, che piacciono anche per la minore gradazione alcolica, specie quando parliamo di consumatori più giovani». Una fascia che nel caso della Grappa Nonino è più numerosa rispetto ai competitor.

«I nostri consumatori sono generalmente più giovani, hanno in media tra i 35 e i 45 anni, e sono più donne, direi che in percentuale le "quote rosa" pesano per il 60%. Se poi parliamo di Amaro allora l'età, specie negli States, si abbassa ancora, visto l'uso che se ne fa nei cocktail e che ha aperto il consumo dei distillati alle fasce più giovani della popolazione, un trend che in America è consolidato, ma che devo dire sta crescendo anche in mercati già maturi come Germania, Austria e Italia».

Abbracciando la passione generalizzata per i cocktail e la tendenza alla riduzione del grado alcolico, nel 2018 Nonino ha deciso di ampliare la sua gamma di prodotti andando ripescando la ricetta di un aperitivo messo a punto negli anni Quaranta dalla bisnonna della giovane Nonino, vedova di guerra. Notare: donna anche lei. Come chi oggi porta avanti l'azienda. Da Giannola, che di Francesca è la nonna, a Cristina, la mamma, e le zie Antonella ed Elisabetta. «Il suo aperitivo è completamente naturale e vegan friendly, è un insieme di 18 botaniche con 21 gradi alcolici. È il nostro prodotto più light. L'abbiamo rimesso in commercio nel 2018 - conclude Francesca - ed è già un grande successo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'azienda controllata da Advent rileva la società di prodotti per pasticcerie, panifici, pizzerie

Lo shopping continuo dei fondi

La padovana Benetti al gruppo Irca

NICOLA BRILLO

ciolate, creme, frutta e ingre

come attività di distribuzione

ranze alimentari. Il fatturato



to di Benetti. Questa operazione rafforza i nostri piani di crescita e ci aiuterà a sostenere maggiori investimenti e ad attrarre risorse esterne».

Da oltre 10 anni è attiva a Vigonza l'Agorà del Gusto, scuola di formazione a cui prendono parte esperti e aperta a tutte le attività clienti. Qui si incontrano gli operatori della na-