

IV **NORDEST ECONOMIA****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

colate, 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-

DIE GESCHICHTE

Francesca Bardelli Nonino

Überraschend beim Grappa „Junge Menschen mögen ihn und auch im Ausland steigt der Verbrauch“

Die Enkelin von Giannola erklärt uns, wie Nonino den Export von Grappa verdreifachen konnte.

Von Maura Delle Case

„Der Aperitif ist ein Rezept von meiner Urgroßmutter, natürlich und vegan friendly, eine Komposition aus 18 Botanicals und bereits jetzt ein großer Erfolg.“

„Eine andere Art des Trinkens überwiegt, ein echtes Erlebnis, das von Barkeepern vermittelt wird. Barkeeper sind anerkannte Stars, die Spitzenköchen ebenbürtig sind.“

Francesca Bardelli Nonino, die sechste Generation der Grappa-Familie

Unsere Verbraucher sind im Durchschnitt zwischen 35 und 45 Jahre alt. Beim Amaro geht das Alter, insbesondere in den USA, sogar noch weiter nach unten aufgrund der großen Verwendung in Cocktails.

Francesca Bardelli Nonino erzählt von der Strategie, die den Export des Unternehmens mehr als verdreifacht hat.

Überraschung beim Grappa „Ein Erfolg bei jungen Menschen“

von Maura Delle Case

Acht Wochen im Jahr verbringt sie in den Vereinigten Staaten, wo sie von einer Stadt in die andere fliegt, um den bekanntesten Barkeepern Nordamerikas bei der Entdeckung des Grappas zu helfen. Um ihnen seinen Geschmack, seine Kultur und seine Geschichte nahezubringen. Vor wenigen Tagen erst aus den USA zurück, den Koffer stets griffbereit, so lebt Francesca Bardelli Nonino, die jüngste aus der fast ausschließlich weiblichen Unternehmensdynastie aus Percoto, dem kleinen Ort in der Provinz Udine, wo seit 127 Jahren eines der weltweit begehrtesten Destillate produziert wird. Francesca überquert den Atlantik, um dort die Geschichte des Grappas zu erzählen, und das auf einem Markt, der volumenmäßig ständig weiterwächst, dank auch der Verwendung von Destillaten in Cocktails.

„Der amerikanische Markt ist einer unserer fünf wichtigsten Exportmärkte und wächst ständig, wie der Export im allgemeinen“, erzählt Francesca Bardelli Nonino, „man denke nur daran, dass wir vor einigen Jahren eine Exportquote von 15% hatten und jetzt bei 55% angelangt sind, während der Branchendurchschnitt bei 20-25% liegt.“ Dieser enorme Anstieg ist dem Engagement des Unternehmens zu verdanken, das alles daran gesetzt hat, um die ausländischen

Märkte verbrauchergerecht zu bedienen, um Verträge mit Importeuren und Vertriebshändlern abzuschließen, aber um vor allem eine Beziehung zu den Endnutzern, zu den Gastronomen und Barkeepern sowie zu privaten Verbrauchern aufzubauen.

BEI TANTE ELISABETTA GELERNT

Ein fast maßgeschneidertes Marketing sozusagen, das Nonino im Ausland diesen gewaltigen Sprung nach vorn ermöglicht hat. Vor allem in den USA funktioniert diese Vorgehensweise besonders gut, wo die Verbraucher sowohl vom Geschmack der Nonino Destillate als auch von deren Geschichte fasziniert sind. „Im Unterschied zu multinationalen Konzernen, die hohe Investitionen tätigen können, vielleicht ihre Produkte zu Schleuderpreisen anbieten und sogar noch ein Werbegeschenk dazuliefern, können wir als handwerkliche Familienbrennerei uns solche Dinge nicht erlauben“, erklärt Francesca, die junge Marketingexpertin, die in den sozialen Netzwerken als Grappa-Influencerin bekannt ist. Aber sie macht weit mehr als nur Posts im Netz zu veröffentlichen. In diesen letzten Jahren hat sie die USA buchstäblich Meile für Meile bereist, da sie zusammen mit Tante Elisabetta für dieses Marktsegment verantwortlich ist. „Tante Elisabetta hat mir alles beigebracht, das muss ich wirklich unterstreichen,“ erzählt sie uns bereitwillig und noch vom Jetlag geplagt, während sie im Freien vor einem ländlichen Gebäude sitzt, das das Herzstück des Borgo Nonino ist.

„Was aber können wir tun? Wir können unsere Leidenschaft mit anderen teilen, indem wir uns direkt mit denjenigen treffen, die unsere Produkte erstehen. Ihnen erzählen wir unsere Geschichte. Das Storytelling hat, wenn es authentisch ist, einen unglaublichen Wert. Wenn du dir zuerst unsere Geschichte anhörst, angefangen mit der Destillation des ersten reinsortigen Grappas im Jahr 1973, die mühevollen Arbeit meiner Großeltern Benito und Giannola, um Hersteller und Verbraucher von der Einzigartigkeit des Produktes zu überzeugen, bis hin zur Auszeichnung als Beste Brennerei der Welt 2019 - also, wenn du dann den Grappa trinkst, ist das ein ganz anderes Erlebnis. Man spürt die gute Qualität, aber auch die Emotionen.“

EIN GRAPPA IM COCKTAIL

In den USA, die einen beträchtlichen Anteil der Einnahmen des Unternehmens ausmachen – 2022 betrug die Erträge 19,2 Millionen Euro – organisiert der Vertriebshändler eine Masterclass, an der jeweils 30 Barkeeper teilnehmen können und die von Francesca geleitet wird. In den 45 Minuten geht Francesca mit den Teilnehmern auf Entdeckungstour des Nonino Universums. „Ich beginne immer mit einer vertikalen Degustation und lasse sie vier Grappas hintereinander kosten – Picolit, Merlot, Moscato und Chardonnay Barrique. Damit haben sie die Möglichkeit, die Unterschiede und die Vielschichtigkeit dieser Erzeugnisse herauszuschmecken; sie können die Seele der Trauben im Glas entdecken und sich von noch bestehenden Vorurteilen befreien, wonach ein Grappa immer ein Brennen in der Kehle verursacht. Danach verkosten wir den Aperitivo Nonino und beenden die Degustation mit dem Amaro. Und dann? Jeder hat die Freiheit, die er möchte. Sobald die Masterclass zu Ende ist, lassen die Barkeeper ihrer Kreativität freien Lauf und erfinden vor Ort neue Cocktails.“ Das ist auch die am meisten verbreitete Art bei den Amerikanern, um den Amaro zu trinken und jetzt immer mehr auch beim Grappa.

„Es ist eine andere Art des Trinkens, bewusster, meditativer, ein echtes Genusserlebnis, das durch die Barkeeper vermittelt wird, die heutzutage richtige Stars sind und den Spitzenköchen ebenbürtig“, führt Francesca Bardelli Nonino weiter aus. Dann nennt sie zahlreiche Spitzenbarkeeper der internationalen Mixologie-Szene, mit denen ihr Unternehmen schon früher zusammengearbeitet hat und es noch heute tut. „Namen? Ich kann mich unmöglich an alle erinnern. Einer davon ist Simone Caporale, dessen Lokal in Barcelona letztes Jahr mit dem Titel 'Beste Bar der Welt' ausgezeichnet wurde, weiterhin Monica Berg, die als einflussreichste Barkeeperin der internationalen Szene gilt und Maestro Salvatore Calabrese, der Meister unter den Barkeepern. Ihnen ist es zu verdanken, dass immer mehr Menschen Grappa in der Mixologie

verwenden.“

DEN ALKOHOLGEHALT SENKEN

Es ist ihr Verdienst und das von Familie Nonino, die 2007 zusammen mit Sam Ross den Weg ebnete – die Idee stammte von Antonella – und somit den Paper Plane aus der Taufe hob. Heute gilt dieser Drink als großer Klassiker unter den Cocktails. „Es ist das Ergebnis einer Mischung von Amaro Nonino, Zitrone, Aperol und Bourbon. Ein Mix zwischen italienischer und amerikanischer Kultur, deshalb kommt er so gut an. Diese Mischung von Orten, Kulturen und Geschmack ist ein bisschen das Geheimnis beim Erfolg der Cocktails, die auch deshalb so beliebt sind, weil sie einen geringeren Alkoholgehalt aufweisen. Wichtig ist das vor allem bei jungen Verbrauchern und diese Altersgruppe ist im Falle von Nonino Grappa stärker vertreten als bei den Mitbewerbern.“

„Unsere Verbraucher sind in der Regel jünger, durchschnittlich zwischen 35 und 45 Jahren, und überwiegend Frauen, ich würde sagen, dass die „Frauenquote“ bei 60% liegt. Wenn wir vom Amaro sprechen, geht das Alter noch weiter nach unten, vor allem in den USA, da dort der Amaro sehr viel in Cocktails verwendet wird. Er hat jüngeren Verbrauchern den Weg geebnet zu den anderen Destillaten; dieser Trend hat sich in Amerika bereits konsolidiert. Ich muss aber hinzufügen, dass dieser Trend auch auf anderen reifen Märkten wie Deutschland, Österreich und Italien wächst.“

Angesichts der allgemeinen Leidenschaft für Cocktails und des Trends nach geringerem Alkoholgehalt beschloss Nonino 2018, seine Produktpalette zu erweitern und brachte die Neuauflage einer Aperitif-Rezeptur auf den Markt, die die kriegsverwitwete Urgroßmutter von Francesca in den 1940er Jahren entwickelt hatte. Achtung: auch hier ist wieder eine Frau am Werk. So ist auch heute die Unternehmensführung in weiblicher Hand. Angefangen bei Giannola, der Großmutter von Francesca, bis hin zu Francescas Mutter Cristina und den Tanten Antonella und Elisabetta. „Ihr Aperitif ist absolut natürlich und vegan friendly, eine Komposition aus 18 Botanicals und mit 21% Alkoholgehalt. Es ist unser „leichtestes“ Erzeugnis. Wir haben das Produkt 2018 wieder auf den Markt gebracht“, verkündet Francesca, „und es ist jetzt schon ein großer Erfolg.“