

METTERE LE ALI ALLE RADICI

128 anni di storia e un jingle
per conquistare Manhattan

A cura di Francesca Bardelli Nonino

Quando è stato confermato che sarei partita per lavoro per due mesi negli Stati Uniti avevo il cuore a mille: desideravo da tanto questa sfida, ma ne ero anche profondamente spaventata.

New York è la città dalle mille opportunità, ma anche dalla competizione feroce: tutti vogliono essere presenti nell'iconica vetrina della Grande Mela.

Sei letteralmente una goccia nell'oceano, l'ennesimo brand a voler parlare del proprio prodotto, in un settore come quello del beverage, dove i responsabili acquisti sono delle specie di celebrità a cui "fare la corte" per mesi prima di poter ricevere "udienza".

Mi sono chiesta più volte Come fare quindi a fare sentire la mia voce in una metropoli come New York?

La risposta è stata immediata, la nostra è un'azienda piccola, ma la sua storia è "grande".



Amaro Nonino Quintessentia a Times Square
per celebrare la Paper Plane Week,
l'iconico cocktail con l'Amaro Nonino*

Come sesta generazione di una famiglia di distillatori in Friuli dal 1897, sapevo che la il nostro cavallo di battaglia fosse non solo nella qualità assoluta, ma anche nella nostra incredibile storia: una distilleria di famiglia da oltre 128 anni dove "l'amore pazzo" per il nostro lavoro ha portato i miei nonni Giannola e Benito Nonino a credere per primi che la Grappa potesse essere qualcosa di diverso dallo sgrappa budella che erano abituati a bere i contadini del nord Italia, e grazie alla loro creazione della prima grappa Monovitigno (R) della storia il 1 dicembre 1973, a rendere noto il distillato di vinacce italiane, una vera e propria eccellenza del Made in Italy nel mondo.

Avevo chiaro il valore universale della nostra storia: capace di affascinare anche chi non beveva grappa. Ma il vero ostacolo era un altro: come farci ascoltare in una città dove il tempo è il bene più prezioso?

In un contesto dove spesso gli incontri durano una manciata di minuti, era fondamentale trovare un modo per "allungare" il

tempo in modo naturale. E chi ha detto che una presentazione aziendale non possa essere entusiasmante? Non si è sempre detto che “il tempo vola quando ci si diverte?”

Dovevo riuscire a trovare quindi il perfetto punto di incontro fra il raccontare tutte le caratteristiche che ci hanno portato a diventare la “Migliore Distilleria del Mondo 2019” secondo wine enthusiasts - ossia la nostra distillazione 100% artigianale, la nostra distilleria con una struttura unica al Mondo col il solo obiettivo di distillare vinaccia freschissima invece che stoccarla come fanno tutti gli altri, tutti i distillati che la mia famiglia ha creato - in una modalità che fosse non solo formativa, ma anche divertente, dopotutto ho sempre sostenuto che “non esistono prodotti vecchi, ma solo narrazioni noiose”.

Così ho deciso di puntare tutto su un racconto fuori dagli schemi: con un linguaggio che oscillava tra il professionale e l'ironico, ho trasformato la nostra storia al femminile - in un vero e proprio “distillato di girl power”. Ho demolito i pregiudizi di chi era rimasto scottato dall'aver solo provato la grappa “benzina” con un jingle.

E così quando chiedevo alle persone che davano una seconda possibilità alla grappa dopo aver assaggiato la nostra, che cosa avessero imparato sulla grappa quel giorno mi rispondevano canticchiando “if it's not Nonino it's NO-NO-NO”.

Il risultato? Sorprendente. Persone che mi avevano detto di potermi dedicare solo cinque minuti sono restate a parlare di grappa con me per più di due ore. Mi hanno definito “refreshing”, entusiasti di una presentazione autentica, spontanea, diretta.

Ho preso i 128 anni della nostra storia e li ho fatti miei, interpretandoli con il mio stile.

Alla fine, quello che ho capito a New York è che è proprio la connessione umana, una battuta o una canzone improvvisata, a trasformare un semplice assaggio in un'esperienza memorabile.

Perché anche nell'immensa New York non c'è messaggio più forte della sana e genuina passione.



*Rooftop party a New York
con influencers di settore per fare conoscere
l'eccellenza del Made in Italy Nonino*



*Francesca in diretta sulla tv nazionale
americana per raccontare la storia
dell'Amaro Nonino Quintessentia®*