



la Repubblica

DOMANI IN EDICOLA

il venerdì

De Lucchi e la mitezza
"Così la costruiamo"

Report
Lollobrigida: tornare
sarebbe da egoista

di MAURIZIO CROSETTI
alle pagine 38 e 39



I piaceri del Gusto



ombes di Israele sulla tregua

MONDO DEL VINO



39

di LARA DE LUNA

LA NOVITÀ

Largo ai giovani la grappa si rinnova

Un prodotto antico raccontato in chiave sempre più moderna grazie a un passaggio generazionale che oggi ha portato nuove idee all'imprenditoria "Siamo ragazzi cresciuti in distilleria seguendo l'esperienza dei nostri antenati"

La grappa non è diventata improvvisamente giovane. A cambiare sono state le persone che oggi la producono e che la comunicano. Hanno tra i trenta e i quarant'anni, vengono da famiglie che lavorano nella distillazione

da generazioni e in azienda ci sono cresciuti. Il distillato di vinaccia è un pezzo di anima della produzione italiana, ma cambia a seconda della regione e del territorio in cui affonda le sue radici. E così questi ragazzi, le cui storie si possono (si devono) seguire da vicino per capire dove sta andando la grappa. E perché ha ancora moltissimo da dire.

Perché il punto non è tanto cosa stanno cambiando, ma come ci stanno dentro a questa storia che arriva da un tempo lontano. Nessuno di loro vive con l'idea di rifare tutto da capo, né con l'urgenza di prendere le distanze. Semmai il contrario. La differenza si vede nelle pieghe dei loro racconti, nei ruoli che scelgono e nel linguaggio che usano.

Nel caso di Francesca Nonino (l'influencer della grappa, come si definisce, ndr), i social sono un canale diretto, senza filtro, dove porta all'esterno quello che normalmente resterebbe nascosto. "A un certo punto ho sentito il bisogno di dare la mia interpretazione, per non limitarmi a raccontare la storia della mia famiglia, ma viverla davvero come mia", dice. Non una presa di distanza, ma un modo per abitare quella storia trovando un linguaggio che la renda accessibile.

È dentro questo scarto continuo tra ciò che resta e ciò che cambia, che si muove la nuova generazione. Unico l'obiettivo: non rendere la grappa più contemporanea, ma continuare a renderla leggibile mentre tutto intorno si trasforma.

...E VIN



3 Social
Francesca Bardelli Nonino usa i nuovi mezzi di comunicazione e si definisce "influencer della grappa"