

Marchi



Da sinistra, Giannola Nonino e le figlie Elisabetta, Cristina e Antonella, amministratrici delegate dell'azienda di famiglia.

La famiglia **Nonino** mostra come sfruttare la forza del marchio per diversificare i prodotti | Lucia Gabriela Benenati

## Dalla grappa a un successo amaro

**L**E NOTE DI TESTA RIMANDANO A buccia d'arancia, timo e mentolo; quelle di cuore sono esotiche e hanno il sapore del mango; in fondo arrivano pepe, liquirizia e un pizzico di cacao. È un profumo avvolgente quello che si sprigiona da un bicchiere di **Amaro Nonino Quintessentia**: cattura in un tutt'uno olfatto e gusto. Il colore ambrato è poi un piacere per gli occhi. E pure il cognome **Nonino** è indissolubilmente legato alla grappa, una cenerentola che la famiglia friulana ha

saputo trasformare in regina dei distillati (definizione coniata da Giannola **Nonino** e riportata anche dal *New York Times*), negli ultimi anni è anche celebrazione di uno straordinario bitter.

«Era il 1933 quando il nonno Antonio, distillatore per tradizione, dava corpo alla sua passione per le migliori tradizioni friulane e per la ricerca speciale elaborando attraverso l'arte alchemica infusi a base di grappa ed erbe di Carnia. Goccia dopo goccia nasceva l'Amaro **Nonino**, venduto

come aperitivo stomatico gradevole», racconta **Cristina Nonino**, figlia di **Giannola** e **Benito**, amministratore delegato, insieme con le sorelle **Antonella** ed **Elisabetta**, di un'impresa che fattura 15 milioni di euro e vende in ogni angolo del mondo. «Da sempre apprezzato e acquistato dagli estimatori del Friuli, da alcuni anni il nostro amaro ottiene ottimi riscontri a livello internazionale per la straordinaria unicità e versatilità», spiega l'ad.

Sarà perché è stato arricchito dall'esperienza della grappa Monovigtino, creata nel 1973 dall'intuizione di distillare separatamente le vinacce dell'uva Picolit, e dell'acquavite d'uva Ue, creazione per purezza unica al mondo. Così, l'originario liquore di nonno Antonio è stato nobilitato da una parte di Ue invecchiata in barrique di Limousin, Nevers ed ex Sherry. Il risultato è, appunto, **Quintessentia**, che ha aperto ai **Nonino** il mercato dei bitter. *Falstaff*, la più importante rivista enogastronomica austriaca, l'ha eletto fra i tre migliori amari alle erbe di tutto il mondo. E Brad Thomas Parson, tra i massimi esperti internazionali del settore, ha dedicato a **Quintessentia** la prima pagina del suo nuovo libro *Amaro: the spirited world of bittersweet, herbal liqueurs*.

«Tutti i riconoscimenti che abbiamo ricevuto finora sottolineano la versatilità straordinaria del nostro amaro, perfetto anche come aperitivo», si appassiona **Antonella Nonino**. Infatti, è uno degli ingredienti del Paper Plane, il cocktail creato da Sam Ross, mixologist newyorkese, e scelto dal *New York Times* per rappresentare i drink con cinque ingredienti in parti uguali. «Gli Usa sono il mercato che più apprezza l'Amaro **Nonino**, ma abbiamo riscontri positivi in tutta Europa», precisa Antonella **Nonino**. Il prossimo passo? Far conoscere la **Prunella mandorlata**, liquore leggero e delicato con uno straordinario sentore di mandorla, nobilitato dalla presenza di acquavite di prugna e ottenuto secondo l'antica, originale ricetta di Antonio **Nonino**. **C**