

Nonino, dinastia italiana della grappa Da Cenerentola a regina dei distillati Business rigorosamente al femminile

L'ascesa irresistibile dell'azienda di Percoto (Udine): da distilleria conosciuta solo a livello regionale a uno dei simboli d'eccellenza del made in Italy nel mondo.



PICOLIT
VITIGNO
PREGIATO

Quando Nonino ambiva a realizzare un prodotto più raffinato, fu scelto il vitigno del Picolit, il più pregiato. «Alla fine c'era una grappa fantastica, ma era poca e costosa: così, per la bottiglia, optammo per il quartino»



di GIUSEPPE TURANI

LA SOCIETÀ post-industriale è fatta anche di grappa e il marketing d'avanguardia può nascere a Percoto (Udine), un paesino di poche anime. Quella dei Nonino è infatti un'azienda quasi impossibile da descrivere con i normali criteri. La materia prima è povera e semplice, uva. Lo standard di produzione - rivoluzionato negli anni '70 da Giannola e Benito - è elevatissimo: ogni bottiglia, in pratica, è fatta a mano, con una cura alla quale non si è più abituati e che non è riproducibile su scala industriale. Proprio l'anno scorso, la società ha compiuto 120 anni. E due mesi fa la Camera dei deputati ha insignito Giannola Nonino del Premio Italian Talent Award 2017. Il management, oggi, è tutto rosa: Cristina, Antonella ed Elisabetta, le tre figlie di Giannola e Benito, hanno il titolo di ad. E anche i dipendenti sono, al 90%, donne. Qualità e cura del prodotto hanno trasformato la loro grappa in una sorta di leggenda nel mondo di quelli che amano bere forte.

Una qualità senza compromessi: quando, negli anni '80, Nonino lanciò la grappa ottenuta dalla distillazione dell'uva intera, battezzata 'Ue' (che vuol dire semplicemente 'uva' in friulano), la collocarono al fantastico prezzo di 350mila lire per la bottiglia di tre quarti di litro. Poi, nel 2000, an-



che le tre figlie hanno voluto dare il loro contributo alla storia con 'Gioiello', un'acquavite ottenuta dalla distillazione del solo miele. Se si cerca di capire di che cosa sia fatta questa strana impresa, si scopre che è un impasto di antica tradizione artigianale, di arte del sapere vivere, di sapienza commerciale, di un amore quasi maniacale per il proprio mestiere, di un marketing fra i più sofisticati e moderni, come certo non si insegna a scuola.

Si potrebbe dire che questa è un'azienda ad alta intensità d'intelligenza: quasi nient'altro c'è, infatti, fra la materia prima, l'uva, e il prodotto finale, se non il *soft-ware*, la testa dei Nonino, il loro stile tutto coordinato, da come fanno la grappa a come sanno promuoverla, valorizzandola nel mondo dei prodotti belli e costosi.

LA PRIMA cosa straordinaria che s'incontra sono appunto i Nonino. L'appuntamento è nella vecchia distilleria di famiglia, alla periferia di Percoto. Se ci si arriva in una giornata di nebbia, acqua e vento, come è capitato a me, la 'fabbrica' non fa una molta impressione. Alcuni capannoni mal-

I VERTICI
DELL'AZIENDA
IN ROSA

In alto (da sinistra) Giannola Nonino con le figlie Elisabetta, Antonella e Cristina nella distilleria di famiglia

messi, casse, bottiglie, poca gente in giro. Anche il paese non fa un grande effetto, grigio e un po' triste, sconsolato, da non passarci più di qualche ora. A raccontare è Giannola: «Fino al 1973 noi facevamo grappa comune, buona, ma comune. Nella famiglia di Benito fanno questo mestiere fin dall'Ottocento. Il primo dei Nonino ha cominciato con una distilleria montata su un carretto: andava di casa in casa e distillava, lo pagavano lasciandogli un po' di grappa. Poi si sono un po' ingranditi, ma non tanto. Fino al 1973 vendevamo solo nel Friuli: andavamo in giro, Benito e io, con i nostri campionari e raccoglievamo gli ordini».

Negli anni '70, il grande salto. «Io leggevo sempre i giornali - continua Giannola Nonino - e vedevo che la gente non voleva più bere delle cose qualunque, ma chiedeva, in pratica, delle bevande 'firmate', fatte con una certa uva, proveniente da una certa zona, garantita. Allora mi son detta: perché non facciamo così anche con la grappa?». L'esperimento della grappa monovitigno ha funzionato. «Abbiamo deciso di adoperare il vitigno del Picolit, il più pregiato e il più raro - spiega l'imprendi-

TRADIZIONE
E NUOVI
PRODOTTI

Un fatturato di 15 milioni

La Nonino, nel 2016, ha fatturato circa 14,4 milioni di euro, di cui il 50% viene dall'export (è presente in 72 Paesi). Conta cinque distillerie artigianali con 12 alambicchi ciascuna

L'altra strada del marketing

Per scelta, l'azienda Nonino non fa pubblicità in modo tradizionale ma, dal 1975, ha istituito il Premio Nonino, per salvare gli antichi vitigni autoctoni friulani in via di estinzione

trice - Siamo diventati matti. Alla fine, però, c'era una grappa fantastica. Con Benito ci siamo interrogati: ne avevamo poca, farla costava un patrimonio di soldi e di lavoro. Non potevamo certo venderla in bottiglioni da litro, come la grappa che danno agli alpini. Un nostro amico architetto ci ha suggerito una bottiglia molto simpatica e abbiamo deciso di scegliere il quartino».

Il prezzo, per l'epoca, fece saltare sulla sedia più d'uno: «Mi ricordo ancora oggi, era il 1973, e noi abbiamo sparato 8.500 lire al quartino. Tutti ci dicevano che eravamo matti. Invece è andata bene», osserva Giannola. Da Cenerentola, dunque, la grappa Nonino diventa regina dei distillati. E l'azienda compie un'altra scelta forte: non fare spot tramite i canali tradizionali.

«SCHERZA, pubblicità alla grappa di Picolit? No, no. Io però sono andata in giro per tre anni nei ristoranti e negli alberghi più importanti a farla conoscere, con i vestiti più belli (quanti Armani e Valentino ho consumato!). Adesso sono loro che ce la chiedono, ma noi non ne abbiamo abbastanza per tutti». Si tratta di un lavoro certosino, difficile, che viene seguito passo passo dalla famiglia al completo: «Quando c'è la stagione della consegna dell'uva, siamo tutti fuori a controllare, a vedere, a comprare». Dalla grappa monovitigno, alla 'Ue': «Noi qui abbiamo fatto grappa da sempre, ma non sapevamo fare i distillati di frutta. Siamo andati a vedere in Francia, in Germania, dappertutto. Alla fine ci siamo fatti costruire delle macchine speciali, su progetto di Benito. È venuta fuori una delizia. La bottiglia è di Venini, costa da sola un patrimonio. Ma non potevamo vendere un prodotto così in un bottiglione», chiude Giannola.