

LE CANTINE CHE HANNO FATTO L'ITALIA

DONNAFUGATA

Un'azienda moderna con una tradizione familiare antica nel mondo del vino. È questa l'essenza di Donnafugata, nome prestigioso dell'enologia siciliana e non solo, guidata con competenza e tanta passione dalla famiglia Rallo. Un'attività, la loro, proiettata fin dai primi anni verso l'export, contribuendo non poco allo "sdoganamento" del vino siciliano di qualità agli occhi di operatori e consumatori.

Ce lo conferma Giacomo Rallo, il fondatore: «*In questi ultimi vent'anni ci siamo impegnati su due fronti: cogliere l'opportunità dell'appeal del made in Italy e contrastare l'esplosione di attenzione per le bottiglie del nuovo mondo, molto aggressive perché capaci di sfruttare i vantaggi competitivi derivanti dalle loro economie di scala. Ebbene, abbiamo retto la sfida della concorrenza e consolidato le nostre posizioni, grazie anche alla costruzione di una rete d'importatori fortemente orientati ai vini di qualità, in grado di distribuirli attraverso i canali più appropriati e coerenti con le strategie di un'azienda familiare come la nostra. Certo, alla base di tutto c'è stato il grande balzo avanti che siamo riusciti a fare in termini qualitativi per la produzione di etichette ad alto valore aggiunto; pensiamo al caso del nostro Passito di Pantelleria Ben Ryé, oggi ritenuto un'icona tra i vini dolci, frutto della cosiddetta viticoltura eroica.*

I primi e più consistenti rapporti con l'estero risalgono al Vinitaly 1987. «*In quell'occasione*», ci spiega Giacomo Rallo, «*abbiamo allacciato contatti che ci hanno portato a girare il mondo, e da allora non abbiamo mai smesso. All'epoca avevamo varie difficoltà da superare: far capire, a chi non*

conosceva bene l'Italia, dove si trova la Sicilia e quali sono i suoi punti di forza vitivinicoli; suscitare e costruire passo dopo passo un rapporto di fiducia. C'è voluto tempo, ma ce l'abbiamo fatta, e oggi siamo orgogliosi di affermare che anche piccole località come Pantelleria o Contessa Entellina hanno un posto nel cuore dei wine lovers sparsi nel mondo.

In tutti questi anni sono stati numerosi gli incontri importanti, le premiazioni indimenticabili, gli aneddoti, insomma i momenti da ricordare. «*In effetti la Sicilia, terra vitivinicola antica ma con la necessità di essere rappresentata in modo nuovo e originale come produttrice di vini di qualità, ha richiesto un enorme sforzo dal punto di vista comunicazionale*», conferma Rallo. «*Sono stati innumerevoli gli appuntamenti che, per nostra iniziativa o per interesse degli esponenti della grande stampa o del trade internazionale, ci sono stati di grande aiuto. Tra le tante notizie che hanno fatto "comunicazione" ricordiamo la vendemmia notturna di Donnafugata a Contessa Entellina, con un incoming interessantissimo di giornalisti dall'Italia e dall'estero. Momento indimenticabile è stato quando ci aggiudicammo a Vinexpo 1997 la gran medaglia d'oro del Civart Trophée, primo premio as-*



José e la mamma Gabriella durante la vendemmia notturna a Contessa Entellina. A destra, Antonio Rallo e gli importatori svizzeri Sacripanti a Vinitaly; José a Shanghai; e Antonio e Giacomo Rallo premiati dal Concours Mondial di Bruxelles



1983 Giacomo Rallo e la moglie Gabriella danno vita a un nuovo progetto produttivo: Donnafugata. Un'avventura che comincia dalle storiche cantine di famiglia a Marsala e dalle vigne di Contessa Entellina nel cuore della Sicilia occidentale, per approdare anche sull'isola di Pantelleria. Nella foto, ecco il patron di Donnafugata a Churchill, in Inghilterra, in uno dei primi viaggi dagli importatori britannici.

1987 Si allacciano i primi contatti per avviare l'esportazione. Ai genitori si affiancano con grande impegno i figli, José ed Antonio, e l'azienda accelera il passo sulla strada della "qualità estrema".

1997 Al Vinexpo di Bordeaux Donnafugata si aggiudica la gran medaglia d'oro del Civart Trophée, primo premio assoluto



tra tutti i vini passiti del mondo con il Ben Ryé 1992.

2005 Ben Ryé si laurea miglior vino dolce al Concours Mondial di Bruxelles.

OGGI Export: 26% - Bottiglie più esportate: Anthùlia, Sedara, Chiarandà, Tancredi, Mille e una notte, Ben Ryé - Primi mercati: Germania, Svizzera, Stati Uniti, Canada e Giappone.

solo tra i vini passiti del mondo, con il nostro Ben Ryé 1992».

E sul fronte degli importatori? «I rapporti con loro sono sempre cresciuti quando fondati sulla corretta analisi delle rispettive strategie; quando, insomma, anziché fornitori e clienti, ci siamo sentiti il partner l'uno dell'altro. Dal punto di vista del prodotto gli importatori che meglio sono stati in grado di proporre i nostri vini sono quelli ai quali siamo riusciti a far percepire la qualità enologica come frutto della straordinarietà dei valori pedoclimatici e storico-culturali della nostra isola, ed in particolare dei territori di Contessa Entellina e Pantelleria dove opera Donnafugata».

Oggi Donnafugata è impegnata a raccogliere e gestire quanto è stato seminato negli ultimi vent'anni, ma anche a proseguire sulla strada dell'innovazione continua con l'inserimento di risorse umane qualificate. Tra queste, Giacomo Rallo sottolinea la presenza in azienda, sotto la guida del figlio Antonio, di due validi professionisti, esperti di cultura vitivinicola e marketing, che operano su ben 60 mercati esteri.

«Dal punto di vista associativo», commenta il patron di Donnafugata, «all'estero operiamo anche come squadra, insieme ad esempio all'Istituto italiano del Vino di qualità Grandi Marchi. L'ente, che riunisce

17 primarie aziende familiari italiane accomunate dall'essere impegnate nella propria regione in produzioni di eccellenza, è un importante strumento sinergico che ci ha dato l'opportunità di ottimizzare le presenze promozionali fuori dai nostri confini. Anche con Assovin Sicilia, di cui sono stato uno dei fondatori, riusciamo a fare squadra non solo fuori ma anche in casa, organizzando Sicilia en primeur, l'anteprima dei vini siciliani a cui partecipano ogni anno circa 80 giornalisti da tutto il mondo».

Infine, una Cantina come Donnafugata non poteva ignorare l'importanza dei moderni canali multimediali e virtuali.



Spiega Giacomo Rallo: «In quest'ambito, grazie a mia figlia José e all'apporto di una risorsa interna dedicata allo sviluppo di relazioni sempre più interattive attraverso le nuove opportunità offerte dalla rete, la nostra comunicazione si rafforza tramite il web, con un sito internet capace

di parlare ben nove lingue. Non una semplice vetrina, per quanto mondiale, bensì un luogo d'interazione che propone contenuti e servizi per diverse tipologie di interlocutori: l'appassionato, l'operatore, il giornalista». Vino e non solo, considerato che la nuova versione del sito riporterà un bel paniere di ricette, video delle degustazioni musicali di José, informazioni turistiche sul territorio siciliano. Insomma, il web come strumento evoluto di marketing emozionale.

«Grazie al concorso delle tante energie ed intelligenze che collaborano con noi», è la conclusione di Rallo, «coltivo sull'export un obiettivo che potrebbe essere realistico: portare la nostra quota di fatturato, nell'arco dei prossimi cinque anni, dall'attuale 26% a superare il 40%».

