

L'incontro organizzato da Vinitaly con *Civiltà del bere*

## Generazioni a confronto in un evento eccezionale

Successo di pubblico e tam tam mediatico per il wine-tasting dedicato a "padri e figli", con la partecipazione straordinaria di Renato Mannheimer • Per la prima volta è stato affrontato questo tema cruciale, con ironia e competenza • Sei grandi famiglie del vino hanno condiviso riflessioni e speranze con 200 degustatori provenienti da 20 Paesi, che intanto assaggiavano 12 capolavori



Da sinistra, Stefano e Michele Chiarlo, Domenico e Gianni Zonin, Alessia e Piero Antinori, Alessandro Torcoli, José e Giacomo Rallo, Valentina e Franco Argiolas, Mauro e Marcello Lunelli

**A** chi, come noi, ha alle spalle oltre trenta edizioni di Vinitaly capita sempre più spesso d'incontrare agli stand della fiera veronese i produttori che ormai conosciamo accompagnati da baldi giovani, ragazzi e ragazze, che ci vengono presentati come figli o nipoti.

È la nuova generazione che avanza, che si fa conoscere all'esterno e che presto o tardi raccoglierà per intero il

testimone delle aziende. Un argomento di estrema attualità che *Civiltà del bere* ha voluto affrontare dedicandogli la sua tradizionale grande degustazione, in collaborazione con Vinitaly, chiamando a raccontare le esperienze del passaggio generazionale sei grandi famiglie del vino italiano: Antinori, Argiolas, Chiarlo, Lunelli, Rallo e Zonin.

Spettacolare come sempre il colpo d'occhio della Sala Argento del Palaex-

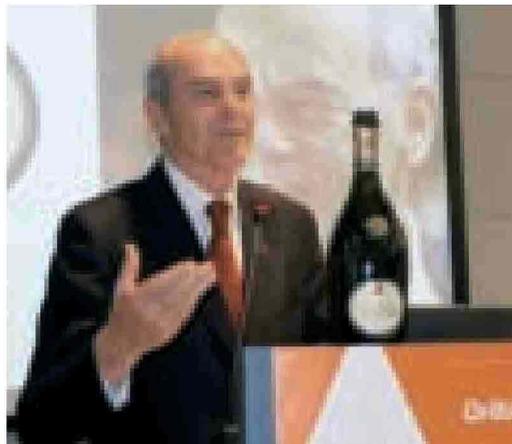
po affollata da duecento invitati tra giornalisti italiani ed esteri, operatori e rappresentanti istituzionali, curiosi di ascoltare le storie dai big dell'enologia italiana e soprattutto di assaggiare i loro dodici splendidi vini top che ben rappresentano le eccellenze del Belpaese.

Una curiosità ancora maggiore dettata dal fatto che la degustazione è stata preceduta dalla presentazione di un'in-



Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, ha salutato i protagonisti e i 200 ospiti in sala con parole di grande fiducia nel sistema delle aziende familiari italiane

Marcello Lunelli e, sotto, suo zio Mauro Lunelli: passaggio di mano anche nel settore enologico delle Cantine Ferrari. Oggi Marcello condivide con i cugini Matteo, Alessandro e Camilla le responsabilità dell'azienda



dagine sullo stesso tema commissionata da **Elena Amadini**, brand manager di Vinitaly alla società Ispo di **Renato Mannheimer**. Dei contenuti dell'analisi rimandiamo nel box a parte.

Con l'abile regia del nostro direttore, Alessandro Torcoli, è toccato al direttore generale di Veronafiere, **Giovanni Mantovani**, aprire i lavori sottolineando la tradizione consolidata di questi eventi organizzati in collaborazione con *Civiltà del bere*, a maggior ragione quest'anno perché «il successo d'impresa delle famiglie italiane del vino è anche il successo di Vinitaly».

«Credo che il futuro del vino italiano, e anche in parte della fiera», ha aggiunto

Mantovani, «dipenda dal fatto che in questo grande cambiamento naturale e coerente ci sia anche una profonda evoluzione del nostro italiano nel mondo. Così come una capacità di comunicare, di crescere sui mercati e anche di fare prodotti d'eccellenza, come è accaduto negli ultimi vent'anni».

Prima di presentare al pubblico i protagonisti della degustazione, **Alessandro Torcoli** ha ricordato come anche a livello universitario il tema sia molto sentito. Gli atenei di Trieste, Milano, Firenze e Palermo hanno, ad esempio, promosso un Prin (**Progetto di rilevante interesse nazionale**) dal titolo "Modelli di fa-



Il direttore di *Civiltà del bere* Alessandro Torcoli introduce Valentina Argiolas, in attesa del secondogenito. Figlia di Franco (nella foto a destra) è attiva in azienda con la sorella Francesca e il cugino Antonio

**mily business nel settore vitivinicolo**", concentrandosi su particolari specificità territoriali.

L'obiettivo del Prin è di comprendere, attraverso metodologie di indagine sia di tipo qualitativo che quantitativo, le relazioni tra la proprietà, la governance e la direzione e la longevità delle aziende familiari. In particolare: l'impresa familiare come comunità di persone; la coesione tra i congiunti e il *commitment* verso l'impresa; l'esercizio del potere; la struttura della pro-

prietà. La ricerca è tuttora in corso.

Delle sei grandi famiglie del vino presenti, l'unica che invece di testimoniare il passaggio "di padre in figlio" lo fa "di zio in nipote" è la Lunelli delle Cantine Ferrari, non perché Mauro Lunelli non abbia figli (ne ha due), ma perché il nipote Marcello è colui che nel Gruppo si occupa più da vicino della produzione vinicola. L'intervento di **Mauro Lunelli** è dedicato soprattutto al ricordo di Giulio Ferrari, al quale nel 1972 ha voluto dedicare quello che è ancora oggi il vino top della Casa vinicola trentina, e alla diversificazione delle attività della famiglia (vini spumanti, vi-

## VINITALY 2012

Civiltà del bere - Maggio-Giugno '12 / 29



Sopra, Luciano "Paolo" Nesi (patron dei ristoranti L'Opera Group), Luca Candolo (wine bar Civico 4 di Roma) e Lorenzo Toschi (Nuove Ipotesi Studio di Milano); a destra, il giornalista ungherese Kántor Endre (Borraló); sotto il produttore Andrea Cecchi, in veste di degustatore, con Stefano Pesenti (Auchan)



ni tranquilli, grappe, acqua minerale), che vede impegnati tre fratelli della prima generazione e quattro nipoti. È seguito poi l'assaggio del Giulio Ferrari Riserva del Fondatore, Trentodoc 2001. Bollicine superlative per aprire una degustazione da sogno.

«Non avrei mai pensato di partecipare a eventi simili per raccontare la mia vita», ha esordito **Marcello Lunelli**, successore dello zio Mauro nel ruolo di enologo dell'azienda per il settore tecnico-produttivo. «Mi ritengo una persona fortunata perché ho il privilegio di fare un lavoro che mi piace, per cui ben vengano anche i sabati e le domeniche lavorativi. Lo zio Mauro mi ha sempre considerato come un figlio. In famiglia siamo numerosi e quando si riceve un patrimonio del genere è difficile muoversi. La mia strategia, comunque, è sempre stata di tenere un profilo molto basso: guardare e cercare di imparare, portando innovazioni ma senza stravolgimenti. Ferrari è un marchio percepito come tradizione, famiglia, legame col territorio, e pertanto ogni azione avrebbe potuto essere potenzialmente pericolosa. Studiando però questi aspetti, io e i miei cugini ci siamo misurati in nuove sfide: export, crescita, nuovi prodotti e anche nuove aziende, come quelle in Toscana e in Umbria, dove stiamo per inaugurare la bellissima cantina progettata da Arnaldo Pomodoro».



E proprio della Tenuta Castelbuono, Marcello Lunelli ha presentato in degustazione l'elegante Montefalco Sagrantino 2006.

Con la seconda grande protagonista è stato invertito l'ordine di uscita e a prendere per primi la parola sono stati i figli anziché i padri. **Valentina Argiolas**, giovane e brillante esponente non solo dell'azienda di famiglia ma anche del mondo vitivinicolo della sua regione, la Sardegna, ha esordito dicendo di aver «vissuto il vino fin da piccola».

«Un anno dopo l'ingresso in azienda», ha aggiunto, «ho deciso di seguire le mie passioni: la comunicazione, l'immagine e l'export». Tra i suoi studi, oltre alla laurea in Economia e commercio, anche un master sulla gestione,

guarda caso, della transizione del passaggio generazionale come opportunità di sviluppo. «Ho avuto la fortuna di avere in vita mio nonno Antonio fino a 103 anni, e perciò ho vissuto due passaggi generazionali. Da lui e da mio

padre ho imparato i valori etici, e come primogenita mi sono sentita molto responsabilizzata. Tra i cambiamenti che ho apportato, uno dei più importanti è stato trasmettere all'esterno il valore della famiglia. Ho attuato inoltre un rinnovamento del team dei collaboratori, mentre più tardi

mi hanno raggiunto in azienda anche mia sorella Francesca e mio cugino Antonio».

Valentina ha poi presentato una delle ultime novità di Argiolas, l'Iselis Rosso 2010, ottimo blend di Monica, Carignano e Bovale sardo.

**Franco Argiolas**, da parte sua, ha ammesso che all'origine tra lui e suo padre Antonio c'era diversità di vedute su come gestire l'azienda agricola. «Lui vendeva fichi d'India», ha ricordato, «e con il ricavato comprava formaggio, pur continuando a produrre vino e olio, naturalmente da vendere sfusi». Alla fine degli anni Ottanta lui, geometra e amministratore comunale, in piena campagna di espianamento dei vigneti a seguito delle politiche comunitarie, si trova a un bivio: «Estipare le viti e con i rimborsi vivere di rendita oppure iniziare a commercializzare vino con il nostro marchio».

Ed è così che con il fratello gemello Giuseppe decidono di lanciare l'azienda su basi moderne puntando a far conoscere e valorizzare i vitigni autoctoni e trovando un validissimo supporto tecnico in Giacomo Tachis. Nel 1988 nasce il Turriga, «il vino del cambiamento, simbolo della nostra terra», sottolinea Franco. E proprio con il Turriga 2007 Franco Argiolas delizia il palato dei duecento degustatori nel salone.

Dalla Sardegna al Piemonte per un'altra bella testimonianza che ha per protagonista la famiglia Chiarlo. «Il mio primo ricordo legato al vino», dice

**Stefano Chiarlo**, figlio di Michele, «risale a quando avevo sette anni: ero in vigna con mio padre che stava trattando

## VINITALY 2012



Michele Chiarlo con suo figlio Stefano, che cura vigne e cantina, mentre il fratello Alberto è il responsabile commerciale

*L'acquisto di una partita d'uva quando un cacciatore maldestro lo colpì con una scarica di pallini. Il sogno del babbo era quello di acquistare terreni altamente vocati per produrre grandi cru di Barolo, Barbaresco e Barbera».*

Diplomatosi nel 1990 alla Scuola enologica di Alba, Stefano Chiarlo inizia subito a lavorare in cantina e in vigna con passione e intraprendenza. «Il cambio generazionale, sia per me, sia per mio fratello, che si occupa della parte commerciale, è avvenuto in modo soft», dice, «cercando soprattutto di svecchiare il modo di comunicazione del Piemonte. In questa ottica rientra anche la realizzazione del Parco La Court, così come l'amore per i viaggi e per le persone che ci ha trasmesso nostro padre. Due cose mi danno ancora emozione: quando il consumatore mi dice "finalmente conosco il produttore, e il vino che di solito bevo trasmette la personalità di chi lo produce", e quando sappiamo di mettere in bottiglia il frutto della natura del territorio». Frutto che Stefano esprime facendo assaggiare al pubblico l'Albarossa Montald 2009, da uve Albarossa (incrocio di



Il marchese Piero Antinori con sua figlia Alessia, che segue le tenute di famiglia con le sorelle Albiera e Allegra. Gli Antinori vantano 26 generazioni di successi

Nebbiolo e Barbera).

Il racconto di **Michele Chiarlo** parte da lontano: figlio di viticoltori, diplomato enologo ad Alba nel 1955 e subito ad aiutare il padre piccolo produttore

a Calamandrana, nell'Astigiano. «Nel 1960 vado in Francia, conosco la Borgogna e vengo a conoscenza della fermentazione malolattica!», esordisce. «Una scoperta che per me si rivelerà



Uno spaccato della Sala Argento di Vinitaly, al completo con 198 attenti degustatori

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

La ricerca Ispo

## Renato Mannheimer indaga sulle "questioni di famiglia"

«**I**l vino non è come tutte le altre cose: non è come i chiodi o l'articolo 18 della Costituzione. È un simbolo di civiltà e di gioia, e parlare di vino dà piacere». Ad affermarlo, e non è certo la prima persona a farlo, è nientedimeno che il guru dei sondaggi a 360 gradi, quel Renato Mannheimer che quasi ogni sera in televisione snocciola dati statistici e cifre sui più disparati settori dell'economia e della vita pubblica italiana.

«Sono un po' emozionato», ha esordito illustrando l'indagine Ispo commissionatagli da Vinitaly sul tema del "cambio generazionale", durante la degustazione di *Civiltà del bere*, il cui tema quest'anno era appunto "Di padre in figlio". «Ho avuto l'onore di intervistare alcune tra le famiglie più importanti che hanno questa benedizione di lavorare col vino», ha aggiunto, «e vederle oggi qui una accanto all'altra mi riempie di gioia. Desidero perciò ringraziare Veronafiere per avermi affidato questa ricerca che mi ha appassionato».

«Il passaggio generazionale in tutte le aziende italiane è un problema rilevante», ha continuato Mannheimer, «che non sempre funziona. Ebbene, quello del vino è l'unico settore in cui questo processo è avvenuto in maniera da migliorare la situazione preesistente e senza conflitti, mentre in altri casi ha portato a non pochi problemi».

L'indagine Ispo è partita da colloqui con genitori e figli (in qualche caso anche nipoti) di sei tra le principali imprese familiari del vino italiano e con economisti delle università Bocconi, Cattolica, Politecnica delle Marche e Iulm, tutti esperti delle realtà aziendali italiane e delle loro maggiori problematiche. Un'inchiesta che ha sottolineato positività e criticità delle realtà familiari, dove al centro, in ogni caso, ci sono il valore in sé del rapporto parentale e il retaggio, l'amore, la tradizione e il legame con la terra. Per i padri, infatti, è importante vedere i figli motivati e interessati, che lavorino al loro fianco, desiderosi di camminare tutti assieme nel filare, così come avere qualcosa da tramandare nel tempo, anche perché «i vini nobili hanno bisogno di una famiglia alle spalle». Aspetti positivi anche a detta dei figli, che possono avere **una visione di lungo termine, non condizionata da marginalità e redditività** poiché il nucleo familiare garantisce sugli investimenti, anche con ritorni lunghi, ed è una sorta di «corazza che protegge e dà forza».

Sul piano delle criticità, l'indagine ha rilevato come gli affetti non debbano portare via la professionalità e l'esistenza del rischio che a una maggiore tranquillità operativa dei padri possa corrispondere un maggiore stress nei figli.

Secondo gli economisti intervistati, il confronto tra aziende familiari e non familiari mostra un controllo da cui le seconde risultano sicuramente più povere di risorse e potenzialità. «C'è minore coinvolgimento da parte di proprietari e dirigenti», ha spiegato Renato Mannheimer, «perché mancano la passione e il trasporto, laddove invece il coinvolgimento è di 24 ore su 24». Naturalmente, riguardo agli elementi preponderanti del passaggio generazionale occorre valutare alcuni aspetti. Nel caso dei padri, la delicatezza delle relazioni da ri-



Il sociologo Renato Mannheimer

formulare, perché capita che ci siano dei fondatori, è stato fatto notare, che «non vogliono mollare e non lasciano spazio», oppure la necessità di rispettare le inclinazioni dei figli e la consapevolezza dell'inizio di una fase nuova che inevitabilmente ne chiude un'altra. Nel caso dei figli, la definizione di una nuova visione, ossia «il far tesoro della tradizione e dello stile paterno, e al contempo farsi portatori di un vento di cambiamento», perché il passaggio gene-

razionale significa anche «introdurre sensibilità e idee che prima non trovavano spazio».

**In tutto questo un ruolo importante riguarda l'ingresso in azienda delle donne**, che portano nuove sensibilità, specie nei settori delle nuove tecnologie, della comunicazione, dell'ecosostenibilità e degli aspetti creativo-artistici.

Per gli economisti, il passaggio generazionale richiede **quattro step fondamentali**: la scelta dell'erede o l'apertura alla collegialità; le modalità d'ingresso della seconda generazione (ruolo, impatto con i dipendenti e rapporti con gli altri familiari); la strategia di crescita; il graduale ritiro del fondatore. Riguardo al futuro dell'azienda, l'indagine rileva che da un lato «l'aspettativa più importante è quella di aprirsi al mondo» e dall'altro «ogni generazione deve fare la sua parte».

Una delle domande rivolte agli intervistati era: **che cosa hanno guadagnato le Case vitivinicole con il passaggio generazionale?** La risposta dei padri è stata che «i ragazzi hanno aperto le finestre e fatto circolare aria nuova», mentre i figli hanno ammesso che «stiamo facendo conoscere al mondo un'azienda che già correva, e in un certo senso l'abbiamo strutturata a partire da una materia eccellente».

Mettendo a confronto le due generazioni si vede come i padri siano stati dei pionieri, intuitivi e visionari, entusiasti e innamorati, e come ogni idea un po' innovativa, se non campata in aria, abbia potuto funzionare; i figli sono più scientifici e tecnici, sono manager più preparati e soprattutto sono attenti all'export. «Come dicono gli economisti», ha notato Mannheimer, «i padri hanno inventato il prodotto, i figli sanno commercializzarlo».

Tutti d'accordo, infine, sul futuro: crescere, continuare la tradizione di padre in figlio, diversificare l'identità mantenendo i valori della famiglia, far rivivere il territorio e, magari, rendere l'azienda un punto di riferimento per l'enologia italiana. Non è poco!

E.P.

importante per il miglioramento dei miei vini».

Il suo orizzonte si allarga alle Langhe, prima Barolo, poi Barbaresco e quindi l'amata Barbera. Ed è grazie soprattutto alla Barbera d'Asti, che Michele Chiarlo nel corso dei decenni ha migliorato e valorizzato, che la sua azienda si è fatta conoscere al pubblico internazionale, tanto che l'export incide oggi per il 75% sulla produzione complessiva. «La mia filosofia», dice ancora, «è sempre stata quella di acquistare vigneti solo in posizioni ottimali, perché solo così è possibile ottenere vini di alta qualità». La riprova i presenti l'hanno avuta assaggiando il cru La Court, Nizza Barbera d'Asti Superiore 2009, un vino che nasce dal vigneto dell'omonima collina in zona altamente vocata per questa varietà.

Antinori è una delle più antiche dinastie del vino nel mondo e oggi, a rap-



Domenico Zanin (sopra) è il responsabile tecnico del Gruppo, mentre i fratelli Francesco e Michele curano il settore commerciale e l'amministrazione finanziaria. A destra, il padre Gianni



Giacomo Rallo con la figlia José, alla guida della Cantina insieme al fratello Antonio, che è anche presidente di Assovini Sicilia

presentare la ventiseiesima generazione, sono tre donne, Albiera, Allegra e Alessia, figlie del marchese Piero. Ed è proprio **Alessia Antinori**, la più giovane, la tecnica di famiglia, laureata in Viticoltura ed enologia, ad accompagnare il padre in questa degustazione veronese.

«Nostro padre non ci ha mai obbligato ad occuparci di vino», ha esordito, «però ci ha trasmesso la sua passione. Per noi è una grande responsabilità

continuare la tradizione Antinori, ma allo stesso tempo è un'opportunità e uno stimolo e tutte ci siamo fatte un'esperienza sul terreno. Benché tecnica, per vari anni mi sono occupata del settore commerciale soggiornando per quattro anni in Asia e per due negli Stati

## VINITALY 2012

Sunny Yeoh (Langkawi General Supplies Sdn. Bhd., Malaysia), Gary Goh e Ann Kwan (Bacardi-Martini Singapore Pte Ltd). A destra, gli ungheresi Rein Krisztián (giornalista di *Monarchia Borok*), Ákos Kamoscsay (produttore della *Maurus Winery*) e Hajni Szöllösi (< 30 Hectares, rivendita di piccole produzioni vinicole)



Uniti. Recentemente, dopo aver avuto un figlio, ho deciso di tornare alla terra dedicandomi alla nostra tenuta Le Mortelle, nel Grossetano, dove operiamo con criteri di ecosostenibilità». Di questa azienda, acquistata dalla Marchesi Antinori nel 1999, Alessia ha presentato il Botrosecco 2009, Igt Maremma Toscana, da uve Cabernet Sauvignon e Franc.

È toccato quindi al marchese **Piero Antinori**, "mister Tignanello", così lo ha chiamato il nostro direttore, portare la propria testimonianza. Prima ha voluto però ricordare la partecipazione a tutti gli eventi di *Civiltà del bere* al Vinitaly, rendendo omaggio all'opera di Pino Khail e ringraziando anche Alessandro Torcoli. «Anche in questo caso», ha commentato, «è stato un pas-

## VINITALY 2012

saggio generazionale perfetto!».

«Oggi la nostra azienda è molto diversa da quella che ricevetti io da mio padre Niccolò nel 1966 e, rispetto ad allora, se penso al passaggio con le mie figlie, sono molto tranquillo sul futuro». Parlando del Tignanello, il marchese Piero ha ricordato che questo vino «ha rappresentato una svolta non solo per l'azienda e per la produzione toscana in generale, ma ha anche segnato il Rinascimento del vino italiano».

«Il Tignanello è l'anima della Marchesi Antinori», ha aggiunto, «perché incarna tradizione e innovazione nello stesso tempo». Ed è con questo vino, della grande annata 2004, che Piero Antinori ha voluto deliziare il palato del selezionato pubblico in sala.

Da tre figlie femmine destinate a raccogliere il testimone da un padre dal nome "ingombrante", nel senso buono del termine naturalmente, a tre figli maschi anch'essi impegnati a continuare l'opera di un altrettanto importante genitore. Domenico, Francesco e Michele Zonin, tutti già inseriti in azienda con diversi ruoli. «I gradi si guadagnano sul campo e non per diritto ereditario», ha precisato **Domenico Zonin**, responsabile dell'area tecnica e produttiva. «Dopo la laurea in Giurisprudenza», ha aggiunto, «ho seguito corsi di enologia a Davis e a Bordeaux facendo poi esperienze lavorative in Napa Valley e a Château Lafite. Ricordo un episodio risalente al mio primo anno di

lavoro nella tenuta veneta: non ero contento del Recioto, e allora feci fare un diradamento maggiore in vigna, cosa che im-

pressionò talmente il responsabile del vigneto che, scandalizzato nel vedere gettare via le uve, diede le dimissioni e cambiò lavoro». Nel presentare il vino in degustazione, Deliella 2005 Igt Sicilia (Nero d'Avola 10%), Domenico fa capire come per la tenuta siciliana Principi di Butera, acquistata dalla famiglia Zonin alla fine degli anni Novanta, lui abbia una particolare predilezione.

«Non esiste una regola nelle successioni delle famiglie», attacca **Gianni Zonin**. «Nella mia c'era chi voleva che facessi l'avvocato e chi l'enologo; mio padre non sapeva chi accontentare. È andata a finire che prima sono diventato enologo e poi mi sono laureato in Giurisprudenza».

«Ogni tanto, durante le pause caffè», racconta sorridendo, «lo zio Domenico mi preannunciava il passaggio del testimone, che però non si decideva mai a lasciare. Finché, arrivato a 75 anni, fece finalmente il grande passo. È stato importante vivere accanto a un uomo saggio come lui, anche se non era d'accordo a espandere aziende e vigneti. Decisioni che ho preso io nel tempo e che mi hanno dato ragione. Oggi ho tre figli che lavorano con grande passione e che mi rassicurano sul futuro della Zonin».

Per il suo noto attaccamento alla tenuta toscana di Castello d'Albola, acquistata nel 1979, Gianni Zonin presenta in degustazione Acciaiuolo 2007, blend di Sangiovese e Cabernet Sauvi-



Un grazie per l'impeccabile servizio ai vini svolto durante la degustazione dai sommelier Ais, guidati esclusivamente per noi dal ristoratore Marco Falconi (nella foto sopra con José Rallo)





Antonio Stopper (Stoppervini), Pietro De Luca (agronomo), Maria Sarnataro (delegato Ais Cilento), Domenico Capogrossi (sommelier); nella foto a destra, Marco Rancati (sommelier), Gigi Brozzoni (I vini di Veronelli), Erik Klein (Empson & Co.) e Mario Brambilla (sommelier)

gnon.

Prima di cedere la parola agli esponenti dell'ultima accoppiata padri-figli, interviene Renato Mannheimer sostenendo che le famiglie hanno tratto vantaggio, oltre che dalla loro genialità, anche dal fatto che il vino da alimento si è trasformato in un prodotto di qualità. «Il successo», ha aggiunto, «ha favorito le transizioni soft, grazie anche alla capacità di questi giovani».



A sinistra, Angelo Mastai di Enogusto (rivendita vini), la musicista Cinzia Milani e Antonio Tonola del ristorante Lanterna Verde (Villa di Chiavenna, Sondrio). In basso, Giuseppina Chiarlo, moglie di Michele, con la nuora Laura Botto, consorte di Stefano

Nel caso della famiglia Rallo, le cui tradizioni vinicole risalgono alla metà dell'800, è prima il padre, **Giacomo Rallo**, a dare la propria testimonianza riguardo alla bellissima avventura intrapresa nel 1983 con sua moglie Ga-

briella Anca, esperta viticoltrice, nel progetto Donnafugata.

«Dopo aver lavorato a lungo negli Stati Uniti con il Marsala», ha detto, «ho voluto intraprendere la strada dei vini da pasto, proprio nel momento in cui il mercato cambiava. Il grande colpo di fortuna è stato avere due figli bravi e partecipativi, molto preparati e aperti al nuovo mondo. Una bella alchimia: io ci ho messo fantasia e coraggio, loro una maggiore capacità di analisi e metodo, mentre io, lo confesso, mi ero un po' improvvisato. Ne è venuto fuori un processo evolutivo proficuo, dialettico e produttivo, con successi che condividiamo». «Con il Mille e una Notte», ha spiegato Giacomo Rallo presentando il top dei rossi di **Donnafugata**, annata 2006, «ho voluto dare una percezione più vera della Sicilia, creando un prodotto che ha saputo sorprendere gli amanti del vino».

La ribalta finale è tutta per sua figlia **Josè Rallo**, volto e voce di **Donnafugata**, solare come tutto ciò che la circonda, dal sorriso agli abiti fino allo straordinario Ben Ryé, il Passito di Pantelleria che ben la identifica. «Sono andata via di casa a 19 anni per imparare



l'inglese negli Stati Uniti; poi mi sono innamorata di un siciliano e ho deciso di tornare offrendomi di collaborare in azienda. Lo stare all'estero mi ha insegnato ad aprirmi al nuovo, ad avere il coraggio di cambiare».

Poi le vacanze a Pantelleria. «Perché», mi sono chiesta, «non piantarci vigneti e provare a fare un vino dolce di grande qualità?». Ed ecco il Ben Ryé 2009, che Josè Rallo presenta al pubblico con il suo inconfondibile trasporto: «È il vino che meglio mi rappresenta: una grande freschezza, solarità, vivacità, acidità, ma anche dolcezza. La voglia di abbracciare. È un vino che cresce col tempo, che dà sensazioni incredibili. Ecco, spero di essere una figlia che cresce nel tempo...». Scrosciano gli applausi della sala per Josè e per tutti i produttori delle grandi famiglie italiane del vino.

**Emanuele Pellucci**

Civiltà del bere - Maggio-Giugno '12 / 35

