

Rallo (Donnafugata): «Il vino è social, serve il contatto con i clienti»

Di **Massimiliano Rella** 13 Aprile 2020



Antonio Rallo a Contessa Entellina

Prime timide aperture dell'economia nazionale. Per Antonio Rallo, patron di uno dei brand siciliani e nazionali più conosciuti all'estero il primo passo da fare è quello di recuperare il rapporto personale con tutti gli acquirenti. E dice: «L'emergenza coronavirus cambierà per sempre la nostra concezione di qualità, mai più slegata dai concetti di solidarietà e sostenibilità»

Contessa Entellina, Randazzo, Pantelleria, Marsala ...

Da un luogo all'altro della Sicilia, dalle pendici dell'Etna fino agli avamposti italiani più vicini alle coste africane, la cantina **Donnafugata** può darci un punto di vista interessante e originale sul mondo del vino al tempo del coronavirus. Ne abbiamo parlato con **Antonio Rallo**, amministratore dell'azienda di famiglia e tra i *big* della vitivinicoltura nazionale.

L'esigenza del contatto personale

Con il dpcm del 10 aprile il Governo Conte sta, molto gradualmente, riaprendo le attività economiche del Belpaese. Qual è la prima cosa che fa per la sua azienda?

In verità non ci siamo mai fermati: in vigna e in cantina abbiamo proseguito le attività, così come abbiamo presidiato, lavorando da casa, tutti i servizi essenziali, dall'amministrazione alla logistica, dal marketing al commerciale.

Appena ci sarà la possibilità di una ripartenza più significativa, però, quello che faremo è soprattutto visitare i clienti. Vogliamo capire insieme a loro come potremo soddisfare una domanda che nel frattempo è cambiata.

Massima attenzione alla sicurezza dei lavoratori

Come avete riorganizzato il lavoro?

Abbiamo adottato con grande cura tutte le disposizioni date dal Governo: dai primi giorni di marzo abbiamo chiuso al pubblico le visite e le degustazioni, fatto smaltire le ferie già maturate, attivato lo *smart working* per tutti coloro che possono lavorare a distanza e adottato tutte le precauzioni per gli addetti alla produzione, in vigna e in cantina.

Abbiamo anche stipulato una polizza assicurativa Covid-19 in favore di tutti i nostri dipendenti e agenti.

Senza Horeca, i mercati crollano**Come procedono le vendite?**

Non bene. I nostri vini sono prevalentemente distribuiti nel canale Horeca e con la chiusura di bar e ristoranti stiamo accusando il colpo. Le vendite online e nella distribuzione sono però in crescita ...

I quali mercati temete di subire i maggiori contraccolpi?

Donnafugata è un marchio conosciuto in oltre 60 Paesi. I contraccolpi pensiamo che arriveranno dalla maggior parte dei mercati, considerato che siamo di fronte a una pandemia.

E nemmeno sul fronte del mercato interno va bene perché i consumi di vino fuori casa, per noi i più importanti, sono crollati. Le vendite d'asporto per il consumo a casa ci sono, ma non compensano a oggi i mancati consumi nel canale Horeca.



Antonio Rallo a Pantelleria

Attesa per gli strumenti messi in campo dall'esecutivo**La gestione della campagna? Avete problemi di manodopera?**

Non abbiamo particolari problemi in quanto i nostri lavoratori in campagna sono dipendenti a tempo indeterminato oppure stagionali che da diversi anni lavorano con noi.

Le attuali misure del governo vi sono utili e come pensate di applicarle?

Le stiamo studiando con grande attenzione: certamente il Governo sta mettendo in campo molte risorse. Tanti strumenti sono utili e li utilizzeremo.

«Mai cullarsi sugli allori»

Che lezione impara da produttore di vino da questa situazione inimmaginabile fino a poco tempo fa?

La lezione è che non ci si può cullare sugli allori perché il mercato cambia continuamente e in seguito a questa emergenza sta cambiando in modo profondissimo. Le abitudini di consumo del vino di qualità come e quanto saranno cambiate? Ce lo chiediamo, ma non abbiamo ancora le risposte.

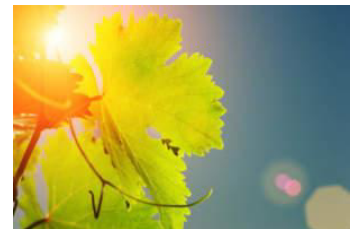
Vi trovate in Sicilia. Per la prossima estate, si spera almeno sul turismo interno, quello proveniente dalla penisola. Vi state già organizzando? E come?

Speriamo di poter gradualmente tornare ad accogliere visitatori a Donnafugata, italiani o stranieri che siano. Nelle more di ricevere gli appassionati nelle nostre cantine e tornare a versare loro il vino nei calici, ci stiamo dedicando a realizzare nuove attività di comunicazione e servizio che animeranno il nostro wine-club dedicato ai fan di Donnafugata. L'obiettivo è di arricchire l'esperienza di visitatori e appassionati, prima e dopo le visite.

Un nuovo significato alle parole solidarietà e sostenibilità

Pensiamo positivo: spiragli di luce? Nuove opportunità tra le pieghe di questa situazione ce ne sono?

Se a questa terribile prova collettiva vogliamo trovare un senso, è che il virus ci ha ricordato che la civiltà umana è fragile, così come fragile è il pianeta con le sue risorse naturali. Dobbiamo ripensare molti aspetti del nostro sistema di vita e lavoro e questa possiamo considerarla un'opportunità per avere un mondo più solidale e sostenibile.



Il made in Italy visto da una cantina: come prendiamo il toro per le corna in tempi di mercati orso?

Dopo la Cina, siamo stati quelli che hanno adottato più prontamente le misure di contenimento.. E adesso che le misure emergenziali stanno producendo gli effetti sperati, i decreti di sostegno all'economia e l'ultimo sulla liquidità sono segni tangibili della volontà di non lasciare nulla di intentato.
