



HOME

NEWS ▾

CINEMA ▾

TV ▾

MUSICA ▾

RADIO

CULTURA ▾

LIFESTYLE ▾

FOCUS ON ▾

WEB

VIDEO

CONTATTI



INTERVISTE RITRATTI ITALIANI

Josè Rallo: "Donnafugata esprime nel mondo una Sicilia autentica e innovativa"

by Cecilia Cristaudo 29 Ottobre 2020

Josè Rallo, classe 1964, donna poliedrica e raffinata, intrisa di cultura internazionale, manager di alto profilo, Amministratore Delegato e co-titolare di **Donnafugata**, porta avanti insieme al fratello la storia di una famiglia che parte dalle cantine storiche di Marsala e conta 160 anni di esperienza nel mondo del vino di qualità. Valorizzando la biodiversità tipica del territorio siciliano, coltivando in contesti molto diversi dall'Etna a Vittoria, da Pantelleria a Contessa Entellina. Da sempre in prima linea sui temi dell'innovazione, dell'internazionalizzazione e della sostenibilità, della parità di genere e dello scambio con gli altri produttori siciliani di vino, ha rivoluzionato lo stile della comunicazione del vino, rappresentando nel mondo l'eccellenza artigianale e creativa del 'Made in Sicily' e sottolineando che l'Italia deve "fare squadra" per affrontare la crisi attuale e puntare ad un ruolo di primo piano sul mercato estero.

Di recente il Consiglio dei Ministri, su proposta del Ministro per gli Affari Esteri, ha nominato l'imprenditrice del vino Josè Rallo nel consiglio di amministrazione dell'Ice – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.



Josè, la sua storia personale e imprenditoriale affonda le radici nella tradizione di famiglia, grazie a due figure di visionari straordinari: sua madre e suo padre. In seguito, lei ha saputo innovare lo stile e la percezione del vino siciliano nel mondo, intuendone, a ragione, le enormi potenzialità. Una storia di successo e di impegno serio e costante. Dietro una bella e buona bottiglia di vino c'è un lavoro enorme. Com'è giunta fin qui?

Volendo fare un bilancio, ritengo che 30 anni in Donnafugata, con i miei genitori, rappresentino un percorso di crescita professionale e di assunzione graduale di sempre maggiori responsabilità, che ha portato mio fratello Antonio e me alla carica di Amministratori Delegati, molti anni prima che nostro padre ci lasciasse. I miei genitori, Gabriella e Giacomo, ci hanno insegnato a perseguire gli obiettivi, seguendo le nostre passioni e il nostro intuito, senza temere le novità o i cambiamenti, continuando ad aggiornarmi e a confrontarmi giorno dopo giorno. Ed in particolare ci hanno insegnato che saremmo sempre stati giudicati in base ai nostri meriti.

Dopo la laurea, ho iniziato a lavorare in un'importante società di consulenza aziendale, ma l'amore per la musica mi ha fatto conoscere mio marito e mi ha riportato in Sicilia. Quando sono entrata in Donnafugata, negli anni '90, non ho mai pensato che sarebbe stato difficile interpretare il mio ruolo, dire la mia opinione, gestire una squadra. Sono figlia di una madre coraggiosa e determinata che ha influenzato profondamente il mio modo di essere, e di un padre imprenditore visionario, che mi ha sempre sostenuta e spinta a guardare al futuro con ottimismo e apertura mentale.

Con l'ingresso in azienda ho avuto la possibilità di mettere in atto e sviluppare ulteriormente le mie capacità e i miei interessi. Amo realizzare progetti a lungo termine e adoro le sfide. Come quella del 'Donnafugata Music&Wine', un modo assolutamente nuovo di comunicare il vino, che mi ha portato sul palco in giro per il mondo a cantare i miei vini, abbinando ad ognuno di essi un brano musicale che ne esaltasse la degustazione.

Lei crede nella sostenibilità, nell'innovazione, nel risparmio energetico e nell'energia pulita. Temi molto urgenti ed attuali, discussi e condivisi a livello planetario. La contraddistingue una rara sensibilità verso questi argomenti. Come dire, se rispettiamo la terra, questa darà i suoi frutti, e nessuno meglio di lei lo sa. Qual è il suo contributo a tutto questo?

Nel dna di Donnafugata l'orientamento alla qualità si accompagna alla sostenibilità. Un valore senza tempo al quale l'azienda si dedica da oltre 20 anni. Una delle prime scelte sostenibili nel 1998 è stata la riduzione dei consumi energetici, attraverso l'introduzione della "vendemmia notturna" delle uve Chardonnay a Contessa Entellina. Una scelta tecnica che mira anche alla salvaguardia del corredo aromatico delle uve. Nel 2002, sempre a Contessa Entellina, inizia la produzione di energia pulita da fonti rinnovabili con l'installazione di un primo impianto fotovoltaico, seguito da altri a Marsala e a Contessa Entellina. Da circa 10 anni, nei vigneti aziendali non facciamo uso di diserbanti e concimi chimici. Abbiamo ridotto al minimo l'utilizzo di agro-farmaci grazie a tecniche di lotta integrata. Dal monitoraggio dei parametri climatici (precipitazioni, temperatura, umidità, etc.) al controllo degli insetti (tignola) tramite utilizzo di trappole a feromoni. Un sistema di produzione che dal 2011 assicura la gestione eco-sostenibile delle attività agricole (Good Agriculture Practices, GAP). Sostenibilità ed eccellenza si perseguono inoltre con il sovescio, la concimazione organica, l'irrigazione di soccorso e i diradamenti. Scelte tecniche che razionalizzano l'impiego di risorse naturali quali il suolo, l'acqua, l'aria e l'energia e che rappresentano uno strumento indispensabile per la produzione di uve sane e perfettamente mature. Sempre dal 2011 Donnafugata calcola la Carbon Footprint dei vini di Contessa Entellina e Pantelleria, lungo l'intero ciclo produttivo: dal vigneto all'imbottigliamento. Nel 2017 le emissioni di CO2 sono risultate inferiori del 10% grazie ad alcune scelte quali l'adozione di bottiglie di vetro più leggere e con tappo a vite e l'uso di tappi a zero emissioni di CO2, realizzati con materiali derivati dalla canna da zucchero e riciclabili al 100%.

Nel 2019 nelle cantine storiche di Marsala, abbiamo avviato lo studio della Water Footprint, con particolare riferimento alle attività di vinificazione ed imbottigliamento, allo scopo valutare e ridurre la propria impronta idrica. Infine Donnafugata ha puntato sulla biodiversità con la realizzazione dei campi sperimentali di Contessa Entellina e di Pantelleria. Un progetto finalizzato alla valorizzazione delle varietà autoctone e di alcune varietà "reliquia" capaci di esprimere una Sicilia autentica e innovativa.



Josè Rallo

E crede anche nel dialogo con l'arte. Come sono nate le degustazioni musicali al Blu Note di New York, all'Acropoli di Atene, ed ancora a Shanghai, Mosca e Pechino?

‘Donnafugata Music&Wine’ è un progetto che nasce nel 2002 da un’idea mia e di mio marito Vincenzo Favara, entrambi appassionati di jazz e musica brasiliana. La musica è un linguaggio universale, capace di andare dritto al cuore delle persone. E così ho pensato: perché non trasmettere la personalità dei miei vini tramite la musica? Per ogni vino ho scelto un brano musicale che ne sottolineasse le sensazioni della degustazione. Prendiamo il Ben Ryé, Passito di Pantelleria frutto di una viticoltura eroica. Un vino che amo profondamente e nel quale mi rispecchio. Ben Ryé racconta i profumi e i colori della Sicilia, la sua complessità unisce la dolcezza ad una incredibile freschezza. E il ritmo di queste sensazioni in bocca, mi ha fatto pensare ad un samba delicato e sensuale di Caetano Veloso: ‘Branquinha’.

Anche le vostre etichette esprimono un sogno, ed alcuni nomi dei vostri vini sono omaggi alla letteratura, altre sono il frutto di un progetto con Dolce&Gabbana. Dove ha tratto l'ispirazione per queste idee?

Mia madre Gabriella è la fonte di ispirazione delle etichette disegnate per Donnafugata da Stefano Vitale. Un artista eccezionale, dal tratto unico, capace di far risplendere la personalità di ogni vino. Un illustratore che ama l'arte popolare capace di conquistare con la sua immediatezza. L'incontro tra Stefano e mia madre ha dato inizio a quella armoniosa intesa che prosegue ormai da più di vent'anni. Le nostre etichette, oltre a comunicare i sapori, le forme e la luce della Sicilia, rappresentano oggi un tratto unico e distintivo della nostra identità. Con Dolce&Gabbana condividiamo gli stessi valori: l'amore per la Sicilia, la passione per il lavoro, la cura dei dettagli. Dopo anni di collaborazione abbiamo deciso di rafforzare la nostra partnership con un progetto produttivo innovativo volto a promuovere la cultura e la tradizione dell'isola nel mondo. Primo ad uscire sul mercato, a maggio 2020, è stato Rosa, un blend innovativo da uve Nerello Mascalese e Nocera. Un grande successo, sia in Italia che all'estero, nonostante la difficile situazione dovuta alla pandemia. Un progetto pluriennale che vedrà già nel 2021 nuovi vini provenienti da altri territori della Sicilia. Una partnership fra protagonisti del ‘Made in Italy’ che vuole raccontare la bellezza e il patrimonio culturale dell'isola, attraverso raffinate espressioni fra tradizione e innovazione.



La pandemia ha stravolto le nostre vite e sta mettendo a dura prova la nostra economia. Gli imprenditori di tutti i settori e a tutti i livelli, sia che si tratti di aziende familiari o che si tratti di colossi, sono molto preoccupati per lo sforzo immane a cui sono chiamati, a fronte forse di aiuti non del tutto adeguati. Le due più importanti autorità del nostro Paese, il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella e il Santo Padre, hanno invitato gli italiani, che si sono sempre distinti per capacità e volontà nella ricostruzione in varie fasi della storia, a dare ciascuno il proprio contributo per come si può. L'Italia gode di un inestimabile patrimonio culturale, artistico, paesaggistico. Siamo il Paese delle eccellenze in moltissimi settori. Eppure siamo fragili. Cosa ci manca secondo lei? Josè Rallo, come imprenditrice e come donna, quale pensa possa essere la ricetta per superare questa empasse e dare speranza al nostro meraviglioso Paese?

Siamo un paese fortemente legato alle tradizioni ed alcune volte manchiamo di velocità nell'adattamento ed orientamento al cambiamento. Ed è per questo che vado orgogliosa della cultura aziendale che abbiamo sviluppato a Donnafugata negli anni. Durante il lockdown, ad esempio, abbiamo dovuto usare tutta la nostra creatività e la capacità di innovazione per trovare nuove opportunità di business. Abbiamo lanciato il nostro e-commerce, pensato come un'esclusiva boutique dove poter acquistare direttamente tutti i nostri prodotti e anche alcune rarità, come annate speciali e grandi format. Non è stata una scelta facile visto che il nostro canale di vendita principale è la ristorazione, luogo privilegiato per il consumo di vino di qualità. D'altra parte abbiamo sostenuto, sui social, tutte le enoteche e i ristoranti nostri clienti che si erano organizzati con la consegna a casa, ricordando che facciamo parte di una filiera (agricoltura, commercio e turismo) da sostenere nel suo complesso.

Da punto di vista del nostro sistema paese, quello che manca, è spesso la capacità di lavorare in squadra, un'attitudine sempre più importante per affrontare l'incertezza, il cambiamento e la risoluzione di problemi complessi quali quelli di oggi. Come italiani dobbiamo essere sempre più curiosi e puntare costantemente ad ampliare il nostro bagaglio di conoscenze e competenze. Dobbiamo imparare ad ascoltarci e confrontarci per apprendere gli uni dagli altri e superare insieme le sfide.

Donnafugata aderisce al Movimento Nazionale del Turismo del vino, una realtà che valorizza il nostro territorio e i suoi prodotti. Quanto influisce questo mercato nel settore turistico in senso più ampio?

Come si evince dal Rapporto 2019 sul Turismo del Vino in Italia, a cura dell'Associazione Nazionale Città del Vino e dell'Università di Salerno, il turismo enologico piace e coinvolge un numero sempre più grande di appassionati. In Italia il giro d'affari dell'enoturismo vale in tempi "normali" (non di pandemia) complessivamente 2,5 miliardi, per un totale di circa 14 milioni di enoturisti all'anno. L'enoturista spende in media 85 euro, visitando il territorio in giornata senza pernottamento, e 160 euro quando pernotta nella zona scelta. Per le aziende vinicole, gli enoturisti rappresentano una fonte sempre più significativa di ricavi e incidono oggi, in media, per il 26,9% sul fatturato. L'enoturista vuole scoprire il territorio, la vigna, la cantina dove viene prodotto il vino che acquisterà e porterà sulla sua tavola, ne vuole conoscere la storia, i segreti e i tratti distintivi.

Infine il turismo enogastronomico, già da un paio d'anni, mostra un forte impatto sul turismo in generale: chi usufruisce di servizi enoturistici, infatti, spesso desidera vivere un'esperienza culturale a 360°.

Per quanto riguarda la Sicilia, il Rapporto 2019 sull'Enoturismo Italiano vede la nostra regione sul podio, tra le destinazioni italiane preferite per un viaggio enogastronomico. Per la Sicilia quindi, l'enoturismo rappresenta non soltanto un settore in grande crescita, ma anche un traino ed una carta vincente per lo sviluppo di tutto il settore turistico.

A quali mercati e quale clientela si rivolge Donnafugata? E in quali Paesi riscuote maggiore successo il vino siciliano e perché secondo Lei?

Il nostro mercato principale è quello domestico. All'estero contano molto gli USA, la Germania, la Svizzera, il Giappone, la Russia, e la Cina. Il nostro target sono gli amanti del vino di qualità e del buon cibo in generale, per questo il nostro canale storicamente più importante è la ristorazione. Con l'attuale pandemia il quadro è leggermente cambiato, a vantaggio dell'asporto e del commercio online, ma abbiamo cercato comunque di supportare i nostri clienti della ristorazione che si è data da fare con l'asporto e il delivery, mettendo a punto una strategia social di visibilità e supporto.

Il successo del vino siciliano, oltre che alle sue caratteristiche organolettiche, è dovuto senz'altro anche al forte richiamo territoriale. La Sicilia, isola bellissima al centro Mediterraneo, è un crocevia di culture, una terra ricca di fascino in grado di attrarre sempre nuovi consumatori.

La crescente domanda di vini territoriali e da vitigni autoctoni è un'altro traino del successo della Sicilia soprattutto all'estero. Il Grillo e il Nero D'Avola, per esempio, sono oggi molto apprezzati, così come i vini provenienti da zone vulcaniche come l'Etna o Pantelleria. I consumatori cercano autenticità e vogliono riconoscere nel bicchiere, le sue varietà autoctone o le sue peculiarità.

Infine, il successo del vino siciliano è anche merito del grande lavoro di squadra delle associazioni di produttori e dei consorzi di tutela che hanno fortemente contribuito ad una maggiore notorietà della Sicilia nel mondo.

La Sicilia è una terra suggestiva, magnetica e fantastica, nel senso di terra del mito, avvolta in un'atmosfera per certi versi inspiegabile ed unica. E non poteva essere che questo lo scenario più adatto per il successo di Donnafugata. L'altro elemento è il valore che lei attribuisce al lavoro degli uomini e delle donne della sua squadra, che vede queste ultime per il 40 % in posizioni manageriali. Un modello progredito. Possiamo citarla in futuro come esempio?

Sono nata in una famiglia meritocratica e ho sempre pensato che donne o uomini debbano essere valutati per quello che meritano. La storia di Donnafugata, in particolare, è un'esperienza al femminile, la cui protagonista principale è mia madre Gabriella. Essere una donna per lei non ha mai rappresentato un ostacolo: mi sembra ieri quando, negli anni 70, andava tra le vigne per gestire le squadre di uomini impegnati nella coltivazione. Si faceva ascoltare e gli uomini, pian piano, iniziavano a capire che, ad esempio, diradare la produzione sulla pianta, sacrificando una parte dei grappoli, serviva a ottenere una maggiore qualità nel vino. A loro sembrava un peccato mortale, ma poi capirono. Le donne sono sempre delle anticipatrici, direi per natura. Questo è stato il mio esempio.

E poi mio padre, che mi ha cresciuta trasmettendomi il suo sapere e la sua grande passione, nella speranza che un giorno, insieme a mio fratello Antonio, potessimo portare avanti questa azienda, segnando un percorso che avesse la stessa visione, positiva e solare, che aveva lui del vino di qualità in Sicilia. Devo tanto a loro e al coraggio che mi hanno dato nel far valere le mie qualità al di là dei pregiudizi di genere. Le donne, non solo nel mondo del vino, hanno dimostrato in modo trasversale di costituire un valore aggiunto. La loro voglia di riscatto, sociale ed economico, ha dato alle donne una grande determinazione. In Sicilia, isola tradizionalmente legata al settore agroalimentare, sono oggi innumerevoli le aziende di successo condotte autorevolmente da donne che appartengono a generazioni anche distanti tra loro: si tratta di un successo al femminile che era difficile immaginare solo alcuni decenni fa.

Josè Rallo in quanto donna, com'è riuscita a conciliare il suo ruolo di manager con la famiglia?

Conciliare la carriera con la famiglia è una grande sfida. Forse la sfida più grande, se vogliamo dare il meglio di noi in entrambi gli ambiti. Alla base di tutto c'è il rapporto con la famiglia che deve sostenere le scelte della donna. Dai genitori al marito per finire ai figli che forse fanno anche più fatica a comprendere. Bisogna credere nelle proprie capacità e coinvolgere i familiari nella vita lavorativa per farsi valere, comprendere e rispettare. Il lavoro dà dignità all'uomo e questo viene percepito anche dalla famiglia che pian piano comincia ad apprezzare gli sforzi quotidiani. Ho imparato che anche in famiglia la "qualità" del tempo conta più della quantità. E comunque non esiste una ricetta unica per tutti, spesso bisogna fidarsi del proprio intuito nelle scelte quotidiane.

Tre valori per lei imprescindibili che ha ereditato dai suoi genitori e che trasmette ai suoi figli?

Visione, coraggio e determinazione.

Quali progetti ha Josè Rallo per il futuro?



Nella mia vita si presentano quotidianamente nuovi progetti su cui lavorare sia perché sono una persona curiosa che non si ferma mai sia perché sono i tempi a richiederlo. Dalla vendita online alle nuove proposte nell'ambito dell'accoglienza, dalla collaborazione con Dolce&Gabbana alla promozione della sostenibilità, fino all'ultimo impegno frutto della mia nomina nel consiglio di amministrazione dell'ICE-Agenzia per la promozione all'estero. E infine, tra i miei progetti futuri, c'è anche il lancio e la presentazione del terzo CD del Donnafugata Music&Wine, un evento con il quale spero di poter sorprendere ancora i fan di Donnafugata.

(photo credit B. Pilotto)

Potrebbe interessarti



Una star di Hollywood vuole comprare un Leonardo da Vinci: Oscar Generale incaricato della trattativa

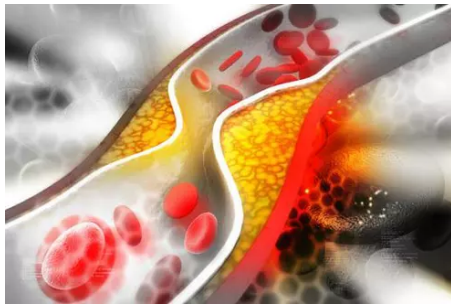


Tornano su Rai1 le "Storie italiane" di Eleonora Daniele. Ecco le novità



'Questa non è un'Amarena': fuori il primo EP della cantautrice Amarena

NEWS



Distruggere il colesterolo e sturare le arterie

Normalife



Rimedio # 1 in Italia per smettere di russare

Snorest



Colesterolo alto: ecco i rimedi per combatterlo in modo naturale

Heart



Potresti pulire le vene in modo naturale

Friocard



Cosa succede al tuo cervello quando fumi e come ingannarlo

Nicozero



Se trovi un tale papilloma, fai attenzione!

Wortex

INTERVISTA JOSÈ RALLO RITRATTI ITALIANI

SHARE

0

f

t

in

o

o

e