

La ricetta per il dopo-Covid secondo la signora del vino “Il rilancio avverrà comunicando bene il nostro fascino”

La promessa è nel segno dell'ottimismo: «Il 2021 non può essere un anno brutto. Abbiamo lavorato duramente nel 2020 per essere pronti. Ora raccoglieremo i frutti. E chi lo farà aiuterà chi invece avrà difficoltà».

Definire José Rallo è affare complesso: anima di Donnafugata e protagonista con la famiglia del rinascimento del vino siciliano è un modo, ma un altro è consigliera di amministrazione di Assovini e dell'Istituto per il commercio estero, mancata ministra dell'Agricoltura nell'altrettanto mancato governo Cottarelli ed ex consigliera di amministrazione del Banco di Sicilia. Mille esperienze dalle quali Rallo trae una lezione di cui far tesoro nel 2021: «Dopo la crisi – sorride – si vince solo con la fantasia».

Si può ripartire da queste macerie?

«Quando è cominciato il rinascimento del vino in Sicilia, non c'erano ancora state la Primavera di Palermo né le grandi battaglie contro la mafia. Il contesto, che è determinante per l'economia, era ostile. Eppure tutto ricominciò proprio con la fantasia, con la creatività, con l'invenzione. Abbiamo un valore aggiunto enorme, da queste parti».

Qual è?

«La Sicilia ha sempre un punto di partenza fantastico: quest'immagine di isola al centro del Mediterraneo, di terra magica. Se lo portano dietro i nostri prodotti, il nostro agroalimentare, il turismo. Abbiamo un vissuto meraviglioso che rappresenta la marcia in più dei nostri prodotti. Questo ci rende più accattivanti. Ecco: il rilancio arriverà trovando il modo per comunicare questo fascino. Il 2020, del resto, ci ha insegnato a lottare».

Ha anche lasciato macerie.

«Le grandi crisi lasciano sempre macerie, ma fanno anche una sorta di selezione. Purtroppo resiste chi è più solido finanziariamente. Questa crisi, però, lascia anche un desiderio di lavorare insieme: possiamo vincere solo se facciamo squadra. Tutti dobbiamo contribuire a rendere accattivante la Sicilia, e se lo facciamo tutti vinceremo. Il settore del vino è un esempio: Assovini e Consorzio Sicilia Doc hanno fatto da guida, andando negli Stati Uniti e aumentando il successo del Nero d'Avola e del Grillo».

Accennava alla solidità finanziaria. È stata nel cda del Banco di Sicilia, dunque ha esperienza anche su questo fronte: che ruolo devono giocare le banche nella ripartenza?

«Le banche hanno rispettato anche in Sicilia i provvedimenti del governo nazionale come la moratoria sui mutui, dando una mano alle aziende. Bisogna dire però che le aziende più forti vengono corteggiate di più: spiace dirlo, ma è così. Le banche dovrebbero darsi invece un nuovo corso: premiare idee e progetti, sostenere i giovani che hanno coraggio. Serve un sistema all'americana, che premi appunto le idee. Una volta un ambasciatore degli Usa in Italia, ex imprenditore, a un incontro in Confindustria ci disse: “Sapete qual è la differenza fra il mio Paese e il vostro?”».

Una sola?

«Una strutturale, di approccio: “Da voi chi fallisce è un fallito. Da noi è un imprenditore che ci ha provato e che



Il personaggio

José Rallo

“La Sicilia ha appeal ripartiamo da qui”

di Claudio Reale

“Il 2020 ci ha insegnato a rallentare e allora facciamo poche cose ma benissimo. Anche il turismo riaccenderà i motori con i vaccini”



▲ In famiglia José e Antonio Rallo (foto Pilotto)

quindi ci riproverà”. A volte facciamo troppa filosofia e poca pratica: diamo poche chance a chi ha il coraggio di fare».

Torniamo alle banche, dunque.

«Servirebbe un fondo ad hoc per le startup, bisogna correre qualche rischio»

A proposito di correre: quest'anno ci ha insegnato invece come abbassare il ritmo. Può essere il nuovo modello di sviluppo?

«Questa idea mi affascina. In un mondo che ci bombarda di e-mail, di informazioni, di eventi, sono arrivata alla conclusione che invece un imprenditore debba sapere fare poche cose benissimo. Bisogna essere *slow* in questo senso: curare i progetti nei minimi dettagli. Dovrebbe essere un mantra per le pubbliche amministrazioni, che invece si limitano a progettare interventi a pioggia. Bisognerebbe invece rivolgersi a pochissimi obiettivi, alti e importanti, da perseguire con il massimo impegno».

Potrebbe sembrare

◀ **L'imprenditrice**

José Rallo
anima della casa vinicola Donnafugata
è consigliera di amministrazione dell'Istituto per il commercio estero (foto F. Gambina)

contraddittorio: innovare e rallentare?

«Quest'anno ci ha regalato momenti di silenzio profondo, concentrazione, desiderio di isolarsi. È l'anticamera della creatività. Le idee, senza *slow time*, non arrivano».

E poi ci sarebbe un'altra cosa che abbiamo imparato, il lavoro a distanza. Ripartiamo dal south working?

«Io penso che dia grandissime possibilità, ma non può sostituire il contatto col consumatore. Eppure, certo: abbiamo fatto riunioni stupende da sud a nord convocate in mezz'ora con tutta la nostra forza vendite, 120 agenti radunati in pochi minuti mandando loro un campione. Si risparmiano soldi, ma a una condizione: quel denaro dev'essere investito in altra maniera. Spostiamo quel budget ad altri tipi di leve: il marketing, la comunicazione, i contenuti social, la formazione per i collaboratori».

Per il mondo del gusto, però, il contatto col territorio è determinante. Gli assaggi, a distanza, sono impossibili.

«Nel rapporto uno a uno, come può essere con l'importatore o con l'agente, non c'è difficoltà a mandare un campione per una degustazione. Anzi: si moltiplicano le opportunità. Diverso è l'aspetto che riguarda il rapporto con il *wine lover*: è difficile sostituire i trentamila assaggi che si servono in quattro giorni a Vinitaly. Me lo chiedo da diversi mesi. Sì, non siamo andati a Verona: abbiamo risparmiato soldi e tempo, ma non abbiamo incontrato trentamila persone».

Si è risposta?

«Dobbiamo moltiplicare le attività digitali: l'Ice, ad esempio, sta sviluppando una piattaforma digitale. Gli uffici all'estero potrebbero fare da supporto logistico per le degustazioni. E poi bisogna integrare fisico e non fisico, supportando chi fa consegne a casa tramite i canali digitali. Bisogna farsi venire altre idee, recuperare i settori in difficoltà trascinandoli».

Il turismo, ad esempio, è in crisi profonda.

«Però in estate è ripartito. Noi abbiamo avuto ospiti in cantina fino a tutto ottobre. Questo ci insegna che se non c'è un altro lockdown si riparte. Serve la vaccinazione di massa, ma serviranno anche diversi mesi e forse nuove abitudini. Questo mi fa venire in mente un ricordo di trent'anni fa».

Quale?

«Quando veniva l'importatore giapponese si inchinava. Io gli davo la mano, sfidando il suo stile di vita. Aveva ragione lui. Rivediamo il nostro stile di vita, ma senza perdere solarità».

In una frase: cosa si aspetta dal 2021?

«So che sarà molto meglio del 2020. Io spero di raccogliere il frutto del durissimo lavoro che abbiamo fatto l'anno scorso, usando le competenze acquisite e l'e-commerce che abbiamo lanciato. Dev'essere un anno bello perché abbiamo lavorato veramente tanto perché lo sia. Le migliori imprese hanno fatto così e raccoglieranno i frutti. Il loro successo aiuterà chi ha avuto più difficoltà».

Facendo squadra.

«Facendo rete. E si vince tutti insieme».

© RIPRODUZIONE RISERVATA