

SONO L'INFLUENCER DELLA GRAPPA

“La grappa?
È un distillato
prezioso,
ancora tutto
da scoprire!”



intervista a
**FRANCESCA
NONINO**

Redazionale POPULAR



Francesca Bardelli Nonino, sesta generazione della storica famiglia che produce il celebre distillato che porta il suo nome, è il volto social dell'azienda Nonino. Nel 2020 è stata definita "influencer della grappa" proprio per il modo innovativo con il quale ha deciso di parlare del marchio. Trentaquattro anni, friulana, Francesca ha infatti intercettato uno stile tutto suo per avvicinare le nuove generazioni di consumatori a un prodotto così classico come quello della grappa, utilizzando un linguaggio attuale e spontaneo, una comunicazione al passo coi tempi che ha "svecchiato" il modo di raccontare la storia e i valori di una grande azienda italiana, conosciuta in tutto il mondo, la cui tradizione è iniziata fin dal 1897. Francesca Nonino si racconta per Popular.

• **Francesca Bardelli Nonino: laurea in economia aziendale, rappresentante della sesta generazione dell'azienda di famiglia. Segni particolari: sei "l'influencer della grappa"?**

Sì, lo sono, confermo, ed è un titolo che porto con orgoglio! Anche se poi, questa, è solo una parte del mio lavoro.

• **Ti ricordi il momento esatto in cui ti è venuta l'idea di rivoluzionare il marchio storico della tua famiglia attraverso l'utilizzo dei social network?**

Più che di un momento, si è trattato di un percorso piuttosto lungo. Io sono cresciuta con l'esempio di mia nonna, mia madre, le mie zie... non vedevo l'ora di entrare in quella realtà bellissima che io, dall'interno, conoscevo in tutta la sua incredibile qualità, artigianalità e autenticità. Tuttavia, mi rendevo conto che, invece,



vista da fuori, risultava complicato capire la dimensione familiare, la dinamica tipica delle case-botteghe di una volta, della nostra realtà. Dunque, per cercare di avvicinare quelli che allora erano i miei coetanei, avevo circa 24 anni, insieme ad una mia amica ho lanciato un format, ovvero l'idea di fare dei cocktail con i nostri prodotti a casa. Avevo cominciato da poco a occuparmi della comunicazione e dei social di Nonino, senonché... è arrivata la pandemia e con essa anche la grande difficoltà di continuare la nostra comunicazione che prevedeva viaggi, in giro per il mondo, per far conoscere la nostra storia, e i tour della nostra distilleria. A quel punto mi sono chiesta cosa potessi fare praticamente in un momento così difficile, oltretutto con un budget ridotto: siamo un'attività di famiglia, ricordiamolo. Ho pensato di fare po' di cultura sulla grappa e ho cominciato ad organizzare delle masterclass online gratuite con kit degustazione a domicilio dedicato alla ristorazione che in quel momento non poteva lavorare. Ho lanciato la campagna su LinkedIn, unico social che permette di targetizzare per job title, e ho avuto un successo incredibile. La campagna, che prevedeva, con il mio budget di 300 euro, da 3 ai 15 contatti, ne ha invece prodotto 80 e così, presa dall'entusiasmo di questo piccolo grande successo, ho pubblicato un altro video quando stavo per spedire anche l'ultimo kit, enfatizzando il concetto che noi italiani non molliamo mai e che, anche durante la pandemia, avevamo trovato il modo di brindare e stare insieme. Quel video è diventato virale, ho cominciato a ricevere richieste da ogni parte d'Italia di persone che volevano scoprire di più sulla Grappa Nonino, le Masterclass sono diventate 25, i miei follower sono aumentati e da là è volato tutto!

• **È stato difficile il percorso che ti ha portato a diventare testimonial di un prodotto tanto tradizionale, ma anche assai maschile, come la grappa?**

Inizialmente sì. Se sei una giovane donna e fai parte di un'azienda importante devi farti un po' la pella. Ho dovuto dimostrare di esserne all'altezza ma questo mi ha solo spronata, ho fatto il mio percorso e sono riuscita anche a prendere dei titoli che nel settore sono considerati molto autorevoli: sono diventata sommelier, WSET di 3° livello nel mondo del vino proprio perché volevo dimostrare, semplicemente dando il mio biglietto da visita, di essere una professionista del settore e preparata per quel ruolo.

• **Come sei riuscita a conquistare la tua numerosa community sui social network?**

Credo che la mie armi vincenti siano state l'autenticità e il genuino entusiasmo. Una cosa che ho notato, andando in giro per il mondo a raccontare la nostra azienda, è che non esiste un linguaggio più potente della passione, indipendentemente da quella che è la tua storia o lavoro, tu puoi diventare avvincente ed emozionante per chiunque, se sei appassionato e soprattutto capace di condividerla.

• **È vero che tua nonna è la tua prima follower e anche la più affezionata fan?**

Esatto! Quando ho cominciato a postare sui social dei video più "easy", ho cercato e voluto sempre la sua approvazione. Non avrei mai voluto rovinare, con un approccio leggero, un brand che la mia famiglia ha costruito da tanto tempo...

• **È lei che ti ha ispirato? Tua nonna, a suo tempo, ha rivoluzionato il modo di fare la grappa...**

Vero, mia nonna, probabilmente, è stata una delle prime persone a fare l'"influencer marketing". Pensa, insieme al nonno, realizzò la prima grappa di monovigtino partendo da una vinaccia di Picolit, un vitigno nobile autoctono del Friuli, selezionata e preziosa, in edizione limitata. Naturalmente quella grappa aveva un costo più alto, "custodita" in un'ampollina soffiata a mano da 200ml, una rivoluzione per quei tempi ma proprio per questo difficile da vendere. Ed ecco che mia nonna, piuttosto che accettare di svenderla, pensò di regalarla ai personaggi più influenti del panorama economico italiano. Fra questi c'era Gianni Agnelli, il quale, innamoratesene completamente, mandò il suo autista a comprarla per fare i regali di Natale. Da là è seguito un grande passaparola che ha poi reso leggendaria la Grappa Nonino.

• **Possiamo affermare che tu hai un po' "svecchiato" il brand di famiglia?**

In realtà io ho svecchiato il modo di raccontarlo, non il brand. La passione e l'entusiasmo sono nel DNA della mia famiglia e la storia e i valori dell'azienda restano sempre quelli... io ho cambiato solo il modo di parlarne. Con l'avvento dei social, la comunicazione si è rivoluzionata, bisogna catturare l'attenzione di chi ti segue in pochi secondi; si tratta di un mezzo potente nel quale la semplificazione delle informazioni e l'intrattenimento sono diventati fondamentali. Devi raccontare una storia che ispiri chi ti ascolta. Io credo di esserci riuscita.

• **Diamo un consiglio ai nostri lettori. Come si degusta correttamente la grappa?**

Andrebbe degustata fresca se è bianca, a temperatura ambiente se parliamo di un'invecchiata, di una barriata o di una riserva. La cosa però più importante è quella di versarla nel calice giusto. Tante volte vedo che viene bevuta in quei bicchierini piccoli da shottino che uccidono qualunque tipo di profumo. Se proprio non avete il calice a corolla di tulipano degustatela in quello del vino perché è importante creare una giusta distanza tra il distillato e il naso, affinché la grappa riesca a "respirare" e si possano apprezzarne i profumi. Si beve a piccoli sorsi: il primo per preparare il palato, il secondo e i successivi per apprezzarne la persistenza, l'aromaticità, il calore del prodotto. L'ideale sarebbe inserire insieme naso e bocca all'interno del calice perché il 50% dell'esperienza lo fanno i profumi. Però, ragazzi, vi consiglio di cominciare a scoprire anche quanto è meravigliosa la grappa nei cocktail. Ci sono Bar tender da tutto il mondo che hanno cominciato a miscelare questo prodotto nei cocktail. È un distillato ancora tutto da scoprire!

• **Progetti ancora in serbo per Grappa Nonino?**

Avere il nostro distillato in tutti i Cocktail Bar, posizionata negli speed rack, ovvero in quel posto dove i Bar tender tengono i prodotti che utilizzano di più per preparare i cocktail. Ecco, questo è il nostro prossimo obiettivo e sogno.

• **Cosa vuole fare Francesca, da grande?**

Ma Francesca è già grande! (ride, ndr) Che dire? Francesca sogna di rendere gli italiani orgogliosi della grappa, almeno tanto quanto i francesi lo sono del loro champagne o del cognac. E poi, un giorno, mi piacerebbe creare un mio distillato... proprio come ha fatto la mia mamma!

La Ricetta

Ingredienti
70 ml Grappa Nonino Tradizione 43°
20 ml Sciroppo di zucchero di canna
30 ml succo di limone
una manciata di foglie di basilico

Preparazione
Pestare una manciata di foglie di basilico fresco in uno shaker. Aggiungere gli ingredienti liquidi e shakerare. Filtra con un colino in un tumbler con ghiaccio e decorare con una foglia di basilico fresco.

Nonino Basil Smash

Joerg Meyer- Le lion Bar de Paris
Nonino Basil Smash è il twist con Grappa Nonino del celebre Gin Basil Smash di Joerg Meyer. In occasione del Bar Convent Berlin Joerg Meyer accetta la sfida di Antonella Nonino: Be Brave Mix Grappa! Il primo cocktail con cui decide di mettere alla prova la grappa in miscelazione è proprio il suo modern classic "Basil Smash". Sostituendo al gin Grappa Nonino 43°, crea un Basil Smash diverso, che conquista tutti con il suo inaspettato gusto fruttato.





10th ANNIVERSARY
WINE ENTHUSIAST
VINE STAR
AWARDS
NONINO
SPIRIT BRAND
OF THE YEAR 2019
Distilleria
Mondo 2019'

Il privilegio della famiglia Nonino, distillatori esclusivi in Percoto del Friuli, Italia, da oltre cent'anni
Benito Nonino creano, con particolari alambicchi a vapore, nuove acquaviti
e trasformano la Grappa da Cenerentola a Regina del Nonino
i distillatori italiani e stranieri a seguire il modello dei Nonino
Il successo è tale da indurre i distillatori
Nel dicembre 1973
L'arte della distillazione
Nel rispetto della
DA
VINACCE
FRESCHE
DI UVA

il Moscato di NONINO GRAPPA

MONOVITIGNO®
100%
DISTILLATA CON METODO
ARTIGIANALE



NONINO DISTILLATORI - Via Aquileia, 104 - Fr. Percoto
33050 - Pavia di Udine

www.borgononino.it



QUINTESENTA
DI ERBE
LIQUORE
AMARO
NONINO
NONINO
DISTILLATORI
PERCOTO - UDINE
ITALIA
DALL'ANTICA RICETTA DI ANTONIO NONINO
35% VOL



NONINO DISTILLATORI - Via Aquileia, 104 - Fr. Percoto
33050 - Pavia di Udine

www.borgononino.it



MADE IN ITALY

Ich bin die Grappa-Influencerin

Ein Interview mit Francesca Nonino

„Grappa? Ein kostbares Destillat, wo es noch viel zu entdecken gibt!“

Francesca Bardelli Nonino, die sechste Generation der historischen Brennerfamilie, die das berühmte gleichnamige Destillat herstellt, ist das Social-Media-Gesicht des Unternehmens Nonino. 2020 wurde sie als 'Grappa-Influencerin' definiert, und zwar weil sie beschloss, auf innovative Art und Weise von der Marke zu erzählen. 34 Jahre alt, aus Friaul, machte sich Francesca einen sehr persönlichen Stil zu eigen, um neue Generationen von Verbrauchern mit einem so klassischen Produkt wie den Grappa bekannt zu machen. Mit einer modernen, spontanen Sprache und einer Kommunikation, die dem Zeitgeist entspricht, 'verjüngte' sie die Erzählweise über die Geschichte und die Werte eines großen italienischen Unternehmens, das weltweit bekannt ist und seine Tradition seit 1897 aufrecht erhält. Francesca Nonino spricht mit Popular über ihre Vorgehensweise.

Francesca Bardelli Nonino: abgeschlossenes BWL-Studium, Vertreterin der sechsten Generation des Familienunternehmens. Besondere Kennzeichen: bist du die 'Grappa-Influencerin'?

Ja, bin ich. Das kann ich bestätigen und diese Bezeichnung trage ich mit Stolz! Auch wenn das nur ein Teil meiner Arbeit ist.

Kannst du dich an den genauen Moment erinnern, als du die Idee hattest, die historische Marke deiner Familie durch die Nutzung von Social Media zu revolutionieren?

Es war eigentlich kein bestimmter Augenblick, sondern ein ziemlich langer Weg bis dorthin. Ich bin mit dem Vorbild meiner Großmutter, meiner Mutter und meiner Tanten aufgewachsen ... Ich konnte es kaum erwarten, in diese wunderbare Welt einzutreten, die ich von innen heraus in all ihrer unglaublichen Qualität, Handwerklichkeit und Authentizität kannte. Ich stellte jedoch fest, dass es von außen betrachtet kompliziert war, die familiäre Dimension, die Dynamik, die für die kleinen Familienbetriebe vergangener Zeiten typisch war, heute begreifbar zu machen. Um also zu versuchen, die Gleichaltrigen von damals zu erreichen, habe ich mit etwa 24 Jahren zusammen mit einer Freundin ein Format ins Leben gerufen, bei dem man zu Hause Cocktails mit unseren Produkten zubereiten konnte. Ich hatte mich erst seit kurzem mit der Kommunikation und Social Media bei Nonino befasst, als dann die Pandemie kam und mit ihr die Schwierigkeit, unsere Kommunikation wie sonst üblich mit Reisen in viele Länder der Welt beizubehalten, um unsere Geschichte bekannt zu machen und die Besuche in unserer Destillerie fortzuführen. Da habe ich mich gefragt, was ich in einem so schwierigen Moment konkret machen konnte, zudem mit einem nur kleinen Budget: nicht zu vergessen, wir sind ein Familienbetrieb. Ich habe mich entschlossen, etwas über die Kultur des Grappas zu erzählen und begann, eine kostenlose Online-Masterclass anzubieten mit einem nach Hause gelieferten Degustationskit, die Zielgruppe waren Restaurants, die in der Zeit nicht öffnen konnten. Ich habe die Kampagne auf LinkedIn gestartet, das einzige soziale Netzwerk, wo man gezielt nach Berufsbezeichnung posten kann, und ich hatte einen

unglaublichen Erfolg. Die Kampagne, die gemäß meinem Budget von 300 Euro, 3 bis 15 Kontakte ermöglichen sollte, generierte hingegen 80, und angespornt von diesem kleinen ersten Erfolg habe ich gleich ein weiteres Video ins Netz gestellt, gerade als ich dabei war, das letzte Kit zu verschicken, mit der Zusatzbemerkung, dass wir Italiener niemals aufgeben und dass wir auch während der Pandemie gern gemeinsam auf etwas anstoßen und zusammenhalten. Das Video ging viral und ich begann, Anfragen aus ganz Italien zu erhalten von Menschen, die einfach mehr über den Nonino Grappa erfahren wollten. Insgesamt habe ich 25 Meisterklassen abgehalten, die Zahl meiner Follower ist gestiegen und von da an ging's bergauf!

War der Werdegang schwierig, der dazu geführt hat, die Werbeikone eines so traditionellen, doch auch sehr männlichen Produktes wie Grappa zu werden?

Zu Anfang ja. Wenn du eine junge Frau bist und einem wichtigen Unternehmen angehörst, brauchst du schon ein ziemlich dickes Fell. Ich musste beweisen, dass ich der Situation gewachsen war, aber das hat mich umso mehr angespornt. Meinen Weg bin ich gegangen und es ist mir auch gelungen, berufliche Titel zu erlangen, die in der Branche hoch angesehen sind: ich bin Sommelière und habe die WSET-Qualifikation Level 3 in der Weinwelt. Ich wollte einfach mit der Aushändigung meiner Visitenkarte beweisen, dass ich eine Branchenexpertin bin und die notwendigen Kompetenzen besitze.

Wie ist es dir gelungen, eine so große Community in den sozialen Netzwerken aufzubauen?

Ich glaube, meine Wunderwaffen waren Authentizität und ehrlicher Enthusiasmus. Etwas, was mir auf meinen Reisen durch die halbe Welt, um die Geschichte unseres Unternehmen zu erzählen, aufgefallen ist, ist die Tatsache, dass es keine mächtigere Sprache gibt als die der Leidenschaft, ganz unabhängig von deiner Geschichte oder deinem Job. Du wirkst für jeden überzeugend und aufregend, wenn du leidenschaftlich bist und vor allem die Fähigkeit besitzt, diese Dinge mit anderen zu teilen.

Stimmt es, dass deine Großmutter deine erste Followerin war und immer noch der leidenschaftlichste Fan ist?

Genau! Als ich anfing in den sozialen Netzwerken Videos zu posten, die eher 'easy' waren, habe ich immer ihre Zustimmung dazu eingeholt. Ich wollte auf keinen Fall durch einen leichtfertigen Ansatz den Ruf einer Marke ruinieren, die meine Familie seit langer Zeit aufgebaut hatte ...

War sie es, die dich inspiriert hat? Deine Großmutter hat damals die Herstellungsweise des Grappas revolutioniert ...

Stimmt, meine Großmutter war wahrscheinlich eine der ersten, die 'Influencer Marketing' umgesetzt hat. Stell dir vor, zusammen mit dem Großvater produzierte sie den ersten sortenreinen Grappa aus ausgewähltem, kostbaren Trester der Picolit-Traube, einer edlen, autochthonen Rebsorte aus dem Friaul, und zwar in sehr begrenzter Menge, als Limited Edition. Natürlich hatte ein solcher Grappa einen höheren Preis, dazu in einer kleinen, 200 ml-mundgeblasenen Kugelflasche aus Glas 'verwahrt'. Das war eine Revolution für die damalige Zeit, aber gerade deshalb schwer zu verkaufen. Und da kam meine Großmutter auf die Idee, die Miniflaschen an die angesehensten Persönlichkeiten der italienischen Wirtschaft zu verschenken, statt sie unter dem Preis zu verkaufen. Zu den Beschenkten gehörte unter anderen Gianni Agnelli, der sich total in die Flaschen verliebte und seinen Fahrer zu uns schickte, um sie als Weihnachtsgeschenke einzukaufen. Von da an funktionierte die Mundpropaganda bestens und der Nonino Grappa erreichte seinen legendären Ruf.

Können wir sagen, dass du die Familienmarke ein wenig 'verjüngt' hast?

Eigentlich habe ich die Erzählweise verjüngt, nicht die Marke an sich. Leidenschaft und Enthusiasmus sind in der DNA meiner Familie enthalten und die Geschichte und die Werte des Unternehmens sind immer die gleichen Ich habe nur anders davon erzählt. Mit den sozialen Medien wurde die Kommunikation revolutioniert, du musst die Aufmerksamkeit deiner Follower in wenigen Sekunden auf dich ziehen. Es sind machtvolle Tools, bei denen vereinfachte Informationen und der Unterhaltungsfaktor eine grundlegende Rolle spielen. Du musst eine Geschichte erzählen, die deine Zuhörer inspiriert. Ich glaube, das ist mir gelungen.

Geben wir unseren Lesern einen Ratschlag. Wie wird Grappa korrekt verkostet?

Ein klarer Grappa sollte kühl verkostet werden, ein ausgereifter Grappa, ein Barrique-Grappa oder ein Grappa Riserva hingegen bei Raumtemperatur. Aber das wichtigste dabei ist das richtige Glas. Oft sehe ich, dass die kleinen Shot-Gläser verwendet werden, die alle Duftnoten torpedieren. Wenn man nun wirklich kein Tulpenglas zur Hand hat, dann sollte man ein Weinglas verwenden, denn der richtige Abstand zwischen Destillat und Nase ist wichtig, damit der Grappa 'atmen' kann und sein volles Duftaroma entfaltet. Man trinkt ihn in kleinen Schlucken; der erste Schluck dient dazu, den Gaumen auf das Geschmackserlebnis vorzubereiten, der zweite und die nachfolgenden Schlucke, um die Nachhaltigkeit, die Aromavielfalt, die Wärme des Produkts wertzuschätzen. Ideal wäre es, Nase und Mund zusammen ins Glas zu führen, weil 50% des Genusserlebnisses auf die Duftnoten entfallen. Aber, liebe Freunde, ich empfehle auch, sich auf die wunderbare Entdeckungsreise von Grappa im Cocktail zu machen. Es gibt Barkeeper auf der ganzen Welt, die angefangen haben, Grappa in Cocktails zu mixen. Grappa ist ein Destillat, wo es noch viel zu entdecken gibt!

Gibt es Zukunftsprojekte für Nonino Grappa?

Unser Destillat in allen Cocktail Bars vorrätig zu haben, und zwar im Speed Rack platziert, das heißt dort, wo der Barkeeper die Produkte hinstellt, die am meisten in Cocktails verwendet werden. Das ist unsere nächste Aufgabe und unser Traumziel.

Was will Francesca erreichen, wenn sie groß ist?

Aber Francesca ist ja schon groß! (Und lacht dabei, Anm. der Redaktion). Was soll ich sagen? Francesca träumt davon, dass die Italiener eines Tages stolz auf den Grappa sind, mindestens so stolz wie die Franzosen auf den Champagner und den Kognak. Und irgendwann möchte ich mein eigenes Destillat kreieren ... so wie es meine Mutter getan hat!

Nonino Basil Smash

Das Rezept

Zutaten

70 ml Grappa Nonino Tradizione 43°

20 ml Rohrzuckersirup

30 ml Zitronensaft

eine Handvoll Basilikumblätter

Zubereitung

Eine Handvoll frische Basilikumblätter in einem Shaker zerstoßen. Die flüssigen Zutaten hinzufügen und schütteln. Durch ein Barsieb in einen Tumbler mit Eis abseihen und mit frischem Basilikumblatt garnieren.

Joerg Meyer - Le Lion Bar de Paris

Nonino Basil Smash ist ein Twist des berühmten Gin Basil Smash von Joerg Meyer, dieses Mal mit Nonino Grappa. Beim Bar Convent Berlin akzeptiert Joerg Meyer die Challenge von Antonella Nonino: Be Brave Mix Grappa! Der erste Cocktail, mit dem er den Grappa in der Mixologie auf die Probe stellt, ist dann sein moderner Klassiker "Basil Smash". Er substituiert Gin mit Grappa Nonino 43° und kreiert einen völlig anderen Basil Smash, der mit seinem unerwartet fruchtigen Geschmack alle Herzen erobert.