

# RIVOLUZIONARIA ETICHETTA

‘Influencer della grappa’: un titolo di cui Francesca Bardelli Nonino va particolarmente orgogliosa. Sesta generazione della migliore distilleria al mondo, ha saputo aggiornare la comunicazione di un prodotto tradizionale ai codici del digitale



**I**mbattersi in un prodotto tradizionalmente legato all'immaginario maschile come la grappa potrebbe sembrare quantomeno sorprendente sulle pagine di un femminile. Ma quella della Nonino, di storia, ne sfata molti di cliché. Con 126 anni di storia, l'azienda friulana è stata la prima distilleria italiana e l'unico brand di grappa incoronato Migliore Distilleria del Mondo dal Wine Enthusiast Wine Star Awards, il più importante premio internazionale di Wine&Spirits.

Il contributo femminile nella sua storia è fondamentale, a partire da Silvia Nonino, che rimasta vedova a inizio anni '40 è stata la prima donna a capo di una distilleria. Decisivo poi l'apporto della mitica nonna Giannola, oggi brillante 85enne, che intuendo come fosse fondamentale nobilitare il prodotto, insieme al marito Benito ha rivoluzionato, nel rispetto della tradizione, il sistema di produrre e presentare la grappa nel mondo, creando la prima Monovitigno nel 1973. Altrettanto vincente fu la sua idea di racchiudere il nettare così ottenuto in raffinatissime ampolle di vetro soffiato e offrirle in omaggio ad alcune personalità dell'epoca. Conquistato dalla qualità del prodotto, Gianni Agnelli ne divenne il primo ambasciatore.

Un talento per la comunicazione ereditato anche dalla nipote, Francesca Bardelli Nonino. Che di sfida ne ha vinta una non da poco: reinterpretare la grappa in chiave social. Dopo aver preso in mano la comunicazione web del Gruppo sei anni fa, fresca di studi in economia, bartender con master in Social Media Communication, si è fatta le ossa sul campo, riuscendo a costruire la presenza online dell'azienda di famiglia. Oggi conta 21mila follower su Instagram e ben 78.500 su LinkedIn dove i suoi post collezionano fino a 1,5 milioni di impressions.

L'occasione per incontrarla a Lugano l'ha offerta a inizio giugno il premio "Digital Night" che ated-Associazione Ticinese Evoluzione Digitale attribuisce ai talenti più rivoluzionari del mondo digitale. Sommelier, Wset III livello, TedxSpeaker e aspirante Mastra Distillatrice, l'etichetta di cui Francesca Nonino va più orgogliosa è quella di "influencer della grappa". «È stata la soddisfazione più grande



© Nonino Photo Giulia Iacolitti

della mia vita! È arrivata del tutto inaspettata e mi ha dato la conferma che era vero quello che sentivo nel cuore: la grappa può essere divertente, moderna e coinvolgente anche per le nuove generazioni, se raccontata nel modo giusto! Nella clip che mi è valsa il 'titolo', mostravo dall'orto della nonna i bellissimi pomodori fertilizzati con la vinaccia distillata, spiegando che secondo me diventano così belli proprio perché nutriti da tutto l'amore che mettiamo nel nostro lavoro. Quando l'ho condiviso su LinkedIn un giornalista mi ha dedicato un articolo intitolato: "La Grappa ha la sua influencer". Una vera benedizione e una gioia. Un concetto modernissimo come quello di influencer, applicato a un prodotto tradizionale: trovo sia rivoluzionario ed efficace nello stesso tempo», osserva Francesca.

Tutto è cominciato durante la pandemia, che ha privato l'azienda dei suoi principali strumenti di marketing, ossia le visite guidate in distilleria e le presentazioni in giro per il mondo. «Ho allora iniziato a organizzare delle masterclass online gratuite e a parlare della nostra distillazione artigianale per fare capire quanto meravigliosa sia la storia della Grappa Nonino a più persone possibili», spiega Francesca Nonino.



Un concetto modernissimo come quello dell'influencer, applicato a un prodotto tradizionale come la grappa: trovo sia rivoluzionario ed efficace nello stesso tempo



**Francesca Bardelli Nonino**  
influencer della grappa,  
sesta generazione Nonino

Nonna Giannola ha subito intuito che la nipote era sulla strada giusta per traghettare l'azienda alle nuove generazioni. Proprio in suo omaggio è nata la prima campagna di comunicazione di grande successo ideata da Francesca, #Giannola80. «Siccome ci aveva proibito di organizzarle una festa per il suo ottantesimo compleanno, ho pensato di usare il digitale, realizzando un video che raccogliesse gli auguri di tutte le personalità (giornalisti, scienziati, filosofi, presentatori tv, star mixologist, la squadra di calcio dell'Udinese e tanti altri) che è riuscita a coinvolgere negli anni con il suo entusiasmo e la sua passione per il lavoro. L'idea ha raccolto talmente tante adesioni da ottenere articoli sulle più importanti testate nazionali ed essere citata anche in televisione, #Giannola80 è diventata una campagna marketing incredibile», racconta Francesca. E alla fine, davanti al video, nonna

Giannola si è commossa tantissimo: al posto delle critiche, la sua "influenza" come soprannomina simpaticamente la sua "virale" nipote, si è meritata un grande abbraccio.

«La più grande responsabilità che sento lavorando per un'azienda di famiglia di oltre 120 anni è quella di riuscire a rendere orgogliose contemporaneamente le generazioni passate, presenti e future. Come giovane donna professionista in questo settore mi preme invece parlare di alcolici responsabilmente e combattere e denunciare apertamente il sessismo che ancora oggi c'è online e nel mondo del lavoro», conclude Francesca, entusiasta dell'accoglienza che le ha riservato Lugano in occasione della Digital Night di ated e pronta a contraccambiare coloro che si concederanno un tour nel cuore delle vigne friulane, a Ronchi di Percoto, per scoprire l'arte secolare della distillazione Nonino 100% artigianale.