

# Marilisa Allegrini: "Vendere il vino? Adesso vi svelo le mie armi vincenti"

on 28 November 2014. Pubblicato in [Il personaggio](#)

**Gli inizi, i progetti futuri, la difficile vendemmia 2014, l'occhio al biologico. "E quella volta negli Usa a proporre l'Amarone in estate...". La produttrice veneta si racconta: "Se ami quello che fai non hai bisogno di altre strategie commerciali".**



Marilisa Allegrini

**di Alessandra Piubello**

Allegrini. Nomen Omen. Aria di festa da Marilisa e Franco per la "Galzega" di fine vendemmia.

Una celebrazione con un termine dialettale veneto della tradizione, per esprimere la chiusura di uno dei periodi più significativi dell'anno vitivinicolo. Luogo magico per i riti simbolici, Villa della Torre a Fumane, nel cuore della Valpolicella Classica. È tutto un tintinnar di bicchieri. E Marilisa, charmante come sempre nel suo plissettato abito scarlatto, sembra un folletto, piena di gioia di vivere e di contagioso entusiasmo. Balla, canta, salta, non si ferma mai. In alto i calici, è Galzega!

**Marilisa, quinta Galzega in Casa Allegrini. Una festa tipicamente contadina, come mai l'avete ripresa?**

"Questo termine arcaico del nostro dialetto si ispira al compimento di un'opera, e quindi anche di un momento così importante come quello della vendemmia. Tutti i nostri collaboratori, di Allegrini, San Polo e Poggio al Tesoro, hanno lavorato con impegno, particolarmente in quest'annata difficile: abbiamo pensato di ringraziarli con una serata dedicata al piacere e alla gaiezza. E' importante lavorare, ma anche festeggiare insieme i momenti belli della vita".

**Cosa pensi di questo 2014?**

"L'Amarone è un vino di tecnica e non soltanto di viticoltura, quindi staremo a vedere come può svilupparsi in un'annata considerata non buona. Certo, a seguito di un inverno inesistente e di un'estate particolarmente piovosa non possiamo che affermare "anomala" la vendemmia appena conclusa. Un'annata nella quale ci siamo dedicati ancora con maggior impegno alla conduzione dei vigneti. Nell'ultimo periodo però, in settembre e in ottobre, quando ormai in molti temevano per la sanità delle proprie uve, è tornato il bel tempo e abbiamo constatato, in Veneto come in Toscana, una buona maturazione delle uve. Sono state diverse le annate non ritenute all'inizio eccellenti a dimostrare poi, con il tempo, che le previsioni spesso possono lasciare spazio a sorprese. Per esempio le annate del '78, '88 e '95 che venivano considerate scarse e prive di particolari risultati, hanno poi smentito tali convinzioni con il passare del tempo, che è e rimane l'unico vero testimone di una buona annata".

**Marilisa, sei alla tua trentaduesima vendemmia: le tue impressioni?**

"Mio padre diceva sempre che la natura ti dà e ti toglie. Va vissuta per quello che è. Il 2014 va accettato così com'è, dopo una serie di annate buone. Mi aspetto un 2015 migliore, ma accoglierò quello che verrà. Possiedo una sicurezza e una saggezza diversa legata all'esperienza. In gioventù mi preoccupavo ed ero meno sicura dei risultati, ora so che operando nel modo giusto gli effetti sono comunque positivi e questo genera tranquillità in me. Ovviamente mi impegno non solamente per la bellezza e la bontà del nostro prodotto, non possiamo fare

esclusivamente poesia. Occorre che ci sia anche un risultato economico, un segno tangibile del nostro impegno”.

**Già, i numeri. Dunque, parlando di Valpolicella, alla fine degli anni Ottanta erano: trenta ettari, 200.000 bottiglie. Oggi invece siamo a cento ettari e a 1.500.00 di bottiglie (di media, poi dipende dalle annate). Ci snoccioli anche gli altri numeri?**

“Esportiamo in settanta Paesi. Nonostante la complessità del mercato globale, siamo arrivati all’88% di export. Dal 2009 è cresciuto del 90% il numero dei dipendenti, del quale il 47% è rappresentato da donne. Gli under trenta ormai sono più del 23% sul totale; percentuale che aumenta fino ad un 60% se si considerano invece gli under 40, dove si ritrova di nuovo una forte presenza femminile del 24%. Il fatturato del gruppo è sui 27 milioni di euro, nel quale Allegrini ha peso predominante”.



da sinistra Silvia, Marilisa e Franco Allegrini

**La tua famiglia è presente in Valpolicella sin dal XVI secolo; l’azienda viene fondata nel 1854. Deus ex machina a metà del Novecento tuo padre Giovanni Allegrini, “il ragno delle botti”, con le prime bottiglie, la sua statura professionale e l’acuta lungimiranza nell’acquistare nel ’79 due vigne assurte a simbolo enologico a livello mondiale, La Poja e La Grola. Tu Marilisa, avevi scelto all’inizio per te un’altra strada. Ci racconti com’è andata?**

“All’inizio volevo diventare medico, sentivo una forte vocazione. Ma per iscrivermi all’Università di medicina dovevo andare a Padova, a Verona non esisteva. Ho sempre avuto un carattere ribelle, la famiglia mi stava stretta. Papà l’aveva capito e mi impose di restare a Verona, altrimenti probabilmente non sarei più tornata in azienda a lavorare. Quindi, mi iscrivo a fisioterapia, a Verona, mi laureo e poi faccio la fisioterapista al Policlinico di Borgo Roma, facendo una bella carriera. Poi, cedo alle insistenze di papà e dal 1980, a ventisei anni, mi dedico all’azienda. Prima avevo un ruolo amministrativo e contabile, seguivo i clienti che venivano in azienda. Mi sono sempre sentita però portavoce dell’azienda, per la grande passione che ho sempre respirato in famiglia, per aver vissuto fin da piccola il mondo del vino”.

**Nel 1983 papà muore improvvisamente.**

“Comincio a viaggiare per il mondo, prima mi era difficile. Sono davvero pochi i Paesi che ancora mi mancano. Anche se - e ride di un riso battagliero - mi resta tutta l’Africa da conquistare. Viaggiare, con il mio spirito curioso e “garibaldino”, mi ha dato un’apertura mentale che se fossi rimasta qui non avrei mai avuto. Quando vado in giro per il mondo porto con me la Valpolicella e non solo il nome degli Allegrini. Io non ho la verità assoluta in tasca, voglio trasmettere i valori di una zona vocata, e lasciare libertà di scelta a chi vuole comprare un buon vino. Credo che, essendo il mio stile oggettivo e non soggettivo sulle qualità dei vini del valpolicellese, la mia comunicazione venga recepita meglio e più efficacemente”.

**Il tuo primo ordine in terra straniera.**

“Era il 1983. Parlavo un inglese scolastico, non conoscevo nulla del mercato americano. All’epoca avevamo un agente abbastanza alle prime armi. Per alcuni giorni gli ho descritto nei particolari i vigneti, disegnandoli, gli ho spiegato i procedimenti vitivinicoli, la tecnica dell’appassimento, abbiamo scritto insieme le schede dei vini. A quel tempo non avevamo brochure. Al termine dei miei riassunti, abbiamo trascritto tutto e ciclostilato gli appunti e poi... via, all’assalto della Grande Mela. Così, in modo donchisciottesco, ma con tutto il temperamento che

possiedo. Uno dei miracoli di questo lavoro è l'entusiasmo che genera: a tutt'oggi vibro della stessa carica di energia dell'inizio del mio percorso. Tornando all'esperienza al Greenwich Village, le nostre uscite duravano dalle dieci di mattina a mezzanotte, un wine shop dietro l'altro. Ho imparato la sinteticità, a spiegare in poche parole i valori assoluti di Allegrini, essendo convincente. Considerate che era luglio, e vendere Amarone in quel periodo dell'anno, a persone che non sapevano neppure cos'era, non è stata una passeggiata! Alla fine del mio viaggio, con ordini piazzati singolarmente per ristorante/wine bar ho venduto 2.000 cartoni (due container da quaranta piedi), una bella soddisfazione".



Villa della Torre - Allegrini, Fumane

#### **Quali sono le tue tecniche di vendita?**

"Non mi servono delle tecniche di vendita. Se vendi un prodotto che ami e che conosci, non servono strategie particolari. Bisogna saper coinvolgere il tuo interlocutore, facendogli capire che fai le cose seriamente. Fondamentale è conoscere le zone vitivinicole e le loro caratteristiche, le tipologie di vino, ma non per finalizzarle all'ordine. Semplicemente per far riconoscere le competenze sul territorio, per avvalorare le motivazioni aziendali".

#### **Quali sono per te le qualità più importanti per fare affari?**

"Essere affidabili: come persone, come prodotto, come servizio. La base è sempre la qualità del prodotto, ma se offri ai tuoi partner garanzia in tutte le fasi, a trecentosessanta gradi, allora investiranno su di te, perché si sentiranno in mani sicure".

#### **Raccontaci qualche aneddoto dei tuoi viaggi.**

"Nella mia vita ho imparato quanto il vino possa essere un veicolo incredibile nelle relazioni umane. Ricordo un giorno per esempio, ero in treno da Tokio a Osaka, avevo bagagli pesanti, ero trafelata, alcune persone mi danno una mano. Nel ringraziarli, mi presentano e loro: "Allegrini, Allegrini... ma la famiglia che produce La Poja?". Inimmaginabile quanto il nome Allegrini possa essere conosciuto nel mondo, un continuo stimolo per fare sempre meglio".

#### **Tuo fratello Franco è l'enologo di Allegrini: com'è il rapporto fra voi?**

"Buono! Siamo mondi paralleli che procedono insieme in modo dinamico. Scherzosamente, lui mi dice che non può sempre ascoltarmi e io altrettanto scherzosamente gli rispondo che se aspetta ad ascoltarmi, nel frattempo perde delle opportunità. D'altronde papà ci diceva sempre che se si è in due ad uno stesso tavolo e si va sempre d'accordo, vuol dire che uno dei due non conta...".

#### **Nonna Caterina, tu, tua nipote Silvia, tua figlia Caterina: parlati del ruolo delle donne nella famiglia Allegrini.**

"Nonna non l'ho conosciuta, ma dai racconti familiari mi è sempre stata descritta come una donna molto determinata. Ha dato un forte impulso allo sviluppo aziendale con la sua dote. Io la immagino come un'antesignana delle donne imprenditrici, con uno spiccato senso del business. Io mi sono trovata a portare avanti un'azienda negli anni Ottanta, ancora giovane e poco esperta. Ho dato al mondo del vino tutta la passione e l'entusiasmo che mi caratterizza per creare delle solide basi di sviluppo, ho anche commesso degli errori, che sono passati in secondo ordine in un periodo in cui si stava costruendo tutto. Non altrettanto sarà concesso alle

generazioni future, non potranno più esercitarsi a tutto tondo com'è successo a me, che ho seguito anche più ruoli aziendali. Dovranno ritagliarsi un settore aziendale specifico dove applicarsi totalmente, senza potersi permettere sbagli, perché adesso la situazione è più complessa e le richieste ad altissimo livello qualitativo, sotto tutti gli aspetti, sono diventate la normalità”.



Poggio al Tesoro

**Poggio al Tesoro viene fondata nel 2002. So che dopo la Valpolicella, se dovessi fare una scelta, opteresti per questa azienda. Com'è iniziata l'avventura a Bolgheri?**

“Il desiderio fondamentale era trovare l'azienda giusta per il futuro dei nostri figli. Abbiamo scelto Bolgheri perché è una zona bellissima, decisamente vocata per il suo precipuo stile, bolgherese per l'appunto. Qui il Cabernet Sauvignon e il Cabernet Franc hanno un'espressione varietale unica, legata al territorio e alla prossimità del mare. Dai primi sette ettari vitati siamo passati ai cinquanta attuali, su una superficie totale di settanta ettari. Nel 2004 impiantiamo il Vermentino, per il primo vino bianco a firma Allegrini, Solosole (prima annata 2006). E' un po' una mia creatura, volevo assolutamente un bianco nella nostra gamma, che avesse struttura, concentrazione e longevità. Il nostro agronomo, Stefano Bartolomei, mi ha suggerito di usare cloni della Corsica: sono contenta del risultato”.

**Con San Polo a Montalcino iniziate invece nel 2007...**

“Sì, li abbiamo acquisito un'azienda già impostata, in una posizione splendida. Sedici ettari vitati, prima condotti in biodinamica, dall'anno prossimo certificati in biologico (a proposito, gli Allegrini hanno intenzione di convertire in biologico anche alcuni cru della Valpolicella nel futuro, n.d.r.). Un'azienda rivolta al futuro e attenta alle nuove tematiche del rispetto dell'ambiente, di cui è concreta dimostrazione la cantina, pensata secondo i canoni della moderna bioarchitettura”.



San Polo a Montalcino

**Donna Marilisa è una perfetta padrona di casa, sempre con il sorriso sulle labbra, coinvolgente, mai formale. Le piace cucinare, sa pure fare i tortellini a mano. Ama le sfide, anche quelle con la montagna (le ferrate sono un divertimento per lei). Presidente delle Famiglie dell'Amarone (undici aziende che si sono riunite nel nome di tradizione, artigianalità e qualità) dal 2013, Marilisa è in perenne movimento (ma dove trova tutta l'energia?). Mi viene spontaneo chiederle dei suoi progetti futuri...**

“Ah no, ne ho fatti abbastanza per il momento. Basta ambizioni di iniziare con altre aziende, voglio dedicare tempo e dedizione a ciò che abbiamo e consolidarlo. Villa della Torre, acquistata nel 2008, questa storica dimora rinascimentale, concepita come nobile dimora di campagna, pensata per la pace fisica e dell'anima, luogo di bellezza e cultura, diventerà un centro d'ospitalità di lusso per gli appassionati di vino. Desidererei costruire un museo del vino, che descriva anche il racconto della nostra famiglia e un vigneto che sia un museo all'aperto. Stiamo costruendo le camere: vorrei far vivere ai nostri ospiti un'esperienza emozionale indimenticabile, che si porteranno per sempre in sé. Proprio qui, abbracciati dai vigneti di Palazzo della Torre che tanto ci hanno reso famosi al mondo, potremo far percepire intensamente la storia del territorio, dei vini e l'unicità della nostra terra”.