

# Di padre in figlio

From father to son

by Alessandra Piubello

*The generational change is a major challenge for a family business. Studies have shown that only 25% of businesses survive the second generation and only 15% in the third. And how is the generational shift in the wine world? It seems to be quite easy compared to all other sectors, according to the survey conducted by ISPO research and presented by Prof. Renato Mannheimer in the tasting "From father to son: a generational shift in the major families of wine" organized by the authoritative Drink of Civilization magazine in collaboration with Vinitaly. During the interviews carried out to the families involved in the generational and some economists, issues have arisen quite distinctive and unusual compared to other sectors. Not prevail aspects related to business, but it involved such concepts as "love", "passion", "dedication" and "sacrifice", in short, intangible values of a spiritual and ethical business without giving up the economy. The families of wine using the words of deep relationships, because the wineries are "living beings, neither more nor less." In a country the epicenter of the family business, research shows that wine is the sector where most are channeled the positivity of the phenomenon. "Economists surveyed - said Renato Mannheimer - consider the fund a sort of exception that stands out from all other areas is very positive. If fact, in general with the generation of children will lose courage, skill and spirit of sacrifice, prevail in the wine industry wisdom, common sense and continuity. Especially women, who today represent a more authoritative voice of the wine business, are extremely valuable for craftsmanship, authenticity and creativity." It is unanimously recognized by the twelve families interviewed by both fathers and children, that "the pin is the family"; "the family is a value in itself" and "the family legacy, love, tradition, connection to the earth." The value of the family identity is common in the wine sector, much less in other economic sectors. So the family is a shared value, even if it sometimes becomes difficult to separate the emotions from the cold and organizational aspects of this generates sometimes a bit 'slow pace of decision-making, but against the entry of children allows to introduce elements of marketing and Guidance exports are essential in a rapidly globalizing world. Children who*

Il passaggio generazionale costituisce una delle sfide principali per un'impresa di famiglia. Studi hanno dimostrato come solo il 25% delle imprese sopravvive alla seconda generazione, e solo il 15% alla terza. E com'è il passaggio generazionale nel mondo del vino? Sembra essere assolutamente più facile rispetto a tutti gli altri settori, secondo il sondaggio condotto da Ispo Ricerche e presentato dal Prof. Renato Mannheimer nell'ambito della degustazione "Di padre in figlio: il passaggio generazionale nelle grandi famiglie del vino" organizzata dall'autorevole rivista di settore *Civiltà del Bere* in collaborazione con Vinitaly. Durante le interviste effettuate alle famiglie impegnate nel passaggio generazionale e ad alcuni economisti, sono emersi aspetti assolutamente distintivi ed atipici rispetto agli altri settori. Non prevalgono gli aspetti legati al business, ma intervengono concetti come "amore", "passione", "dedizione" e "sacrificio", insomma valori immateriali di tipo spirituale ed etico, pur senza rinunciare all'economia aziendale. Le famiglie del vino usano le parole delle relazioni profonde, perché le aziende vitivinicole sono "esseri viventi, né più né meno". In un Paese epicentro del family business, la ricerca dimostra come quello del vino sia il settore dove più sono convogliate le positività del fenomeno. "Gli economisti intervistati - ha detto Renato Mannheimer - ritengono il comparto una sorta di eccezione che si distingue da tutti gli altri settori in modo molto positivo. Se infatti in generale con la generazione dei figli si perde coraggio, abilità e spirito di sacrificio, nel comparto vinicolo prevalgono saggezza, buon senso e continuità. Specie le donne, che oggi rappresentano una voce sempre più autorevole del business enologico, sono molto apprezzate per artigianalità, autenticità e creatività". Viene unanimemente riconosciuto dalle dodici famiglie intervistate, sia dai padri che dai figli, che "il perno è la famiglia"; "la famiglia è un valore in sé" e "la famiglia è retaggio, amore, tradizione, legame con la terra". Il valore dell'identità familiare è comune nel settore vitivinicolo, decisamente meno in altri settori economici. Quindi la famiglia è un valore condiviso, anche se a volte diventa difficile separare gli affetti dai freddi aspetti organizzativi e ciò genera a volte un po' di lentezza decisionale, ma per contro l'ingresso dei figli permette di introdurre elementi di marketing e di orientamento all'export indispensabili in un mondo sempre più globalizzato. Figli che informatizzano, pianificano, rispettano l'ambiente, comunica-



no più dei loro padri, ma soprattutto sono in grado di aprirsi autenticamente autostrade commerciali verso l'estero. Nel corso dell'interessantissimo convegno/degustazione, sei generazioni di padri hanno presentato il proprio vino, quello che ha segnato un vero cambiamento per la propria epoca. Cinque figli e un nipote hanno proposto invece l'etichetta con la quale si sono confrontati realisticamente per la prima volta. L'inizio è riservato alle Cantine Ferrari con Giulio Ferrari, Riserva del Fondatore Trentodoc 2001 presentato da Mauro Lunelli e Tenuta Castelbuono, Sagrantino di Montefalco Docg 2006, spiegato dal nipote Marcello Lunelli. Poi è il turno di Argiolas: Turriga, Igt Isola dei Nuraghi 2007 di Franco Argiolas e Iselis Rosso, Igt Isola dei Nuraghi 2010 di Valentina Argiolas. Terza grande famiglia, questa volta dal Piemonte, dopo il Trentino e la Sardegna: Chiarlo con La Court, Barbera d'Asti Superiore Nizza Docg 2009, introdotto da Michele Chiarlo e con Montald, Albarossa Monferrato Doc 2009, spiegato da Stefano Chiarlo. Si passa poi in Toscana con i Marchesi Antinori: Tignanello, Igt Toscana 2004 presentato da Piero Antinori e Le Mortelle - Botrosecco, Igt Maremma Toscana 2009 di Alessia Antinori. Ecco il Veneto con la Casa Vinicola Zonin: Acciaiole, Igt Toscana 2007 presentato da Gianni Zonin e Deliella, Igt Sicilia 2005, introdotto da Domenico Zonin. Si chiude con la dolcezza della Sicilia e Donnafugata: Mille e una Notte, Contessa Entellina Doc 2006 introdotto da Giacomo Rallo e Ben Ryé, Passito di Pantelleria Doc 2009 spiegato da José Rallo. La degustazione ha dimostrato come i successori abbiano saputo dare un'impronta personale ai vini, confermando che "ogni generazione deve fare la sua parte". ■

*informatizzano, plan, environmentally friendly, they communicate more than their fathers, but most are able to open up real commercial highways to foreign countries. During the very interesting conference / tasting, six generations of fathers presented their wine, one that marked a real change for their age. Five sons and a grandson have proposed instead the label with which they are confronted realistically for the first time. The beginning is reserved to the Cantine Ferrari Giulio Ferrari, Founder's Reserve Trentodoc 2001 by Mauro Lunelli and seal Castelbuono, Sagrantino di Montefalco DOCG 2006, explained by his nephew Marcellus Lunelli. Then comes the turn of Argiolas: Turriga, IGT Isola dei Nuraghi Iselis and Argiolas 2007 by Franco Rosso, IGT Isola dei Nuraghi 2010 by Valentina Argiolas. Three large family, this time from the Piedmont and Sardinia Trentino after: Chiarlo with the Court, Barbera d'Asti Superiore Nizza DOCG 2009, introduced by Michele Chiarlo and Montald, Albarossa Monferrato DOC 2009, explained by Stefano Chiarlo. We then move to Tuscany with Marchesi Antinori: Tignanello, IGT Toscana 2004 by Piero Antinori and The Mortelle - Botrosecco, IGT Maremma Toscana 2009 Alessia Antinori. Here Veneto with the Wine House Zonin: Acciaiole, IGT Toscana 2007 by Gianni Zonin and Deliella, IGT Sicilia 2005, introduced by Domenico Zonin. It closes with the sweetness of Sicily and Donnafugata: Thousand and One Nights, Countess Entellina Doc 2006 introduced by Giacomo Rallo and Ben Ryé, Passito di Pantelleria DOC 2009 by José Rallo said. The tasting showed that the successors have been able to give a personal touch to the wines, confirming that "each generation must do its part."*